

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

L'INTIMITÉ, LA PASSION ET L'ENGAGEMENT DANS LES RELATIONS
AMOUREUSES DES JEUNES ADULTES EN LIEN AVEC L'UTILISATION DE
FACEBOOK

ESSAI DE 3^e CYCLE PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE DU

DOCTORAT CONTINUUM D'ÉTUDES EN PSYCHOLOGIE
(PROFIL INTERVENTION)

PAR
CAMILLE GRENIER

MAI 2021

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES
DOCTORAT CONTINUUM D'ÉTUDES EN PSYCHOLOGIE
(PROFIL INTERVENTION) (D.Ps.)

Direction de recherche :

Yvan Lussier, Ph.D.

directeur de recherche

Jury d'évaluation :

Yvan Lussier, Ph.D.

directeur de recherche

Noémie Carbonneau, Ph.D.

évaluatrice interne

Stéphane Sabourin, Ph.D.

évaluateur externe

Sommaire

Avec l'avènement des technologies numériques, l'utilisation des réseaux sociaux est devenue partie prenante du quotidien, particulièrement chez les jeunes adultes qui sont les plus grands utilisateurs. Cependant, il existe encore peu de connaissances scientifiques quant à l'impact de leur utilisation sur la vie réelle et dans les relations hors ligne, comme les relations amoureuses. La présente étude vise à examiner la nature des liens entre les différentes utilisations du réseau social Facebook et les composantes de l'amour, c'est-à-dire l'engagement, l'intimité et la passion, chez les jeunes adultes en relation de couple. L'échantillon est composé de 726 jeunes adultes âgés entre 18 et 27 ans qui sont en couple depuis un an en moyenne. Ils ont répondu à un questionnaire en ligne. Les résultats montrent que l'engagement, l'intimité et la passion sont liés négativement aux comportements de cyberinfidélité, au dévoilement de soi sur Facebook ainsi qu'à la dépendance à Facebook. De plus, des analyses exploratoires montrent que les différentes utilisations de Facebook constituent des médiateurs partiels des liens unissant les composantes de l'intimité et de la passion et la satisfaction conjugale. Ces résultats suggèrent que le monde virtuel est entremêlé avec le monde réel et qu'il est important de développer de nouvelles connaissances scientifiques à ce sujet afin de mieux prévenir les difficultés de couple.

Table des matières

Sommaire	iii
Liste des tableaux.....	vi
Liste des figures	vii
Remerciements.....	viii
Introduction.....	1
Contexte théorique	5
La relation amoureuse et ses composantes	6
L'amour chez les générations actuelles	12
L'engagement chez les jeunes générations.....	12
L'intimité chez les jeunes générations.....	14
La passion chez les jeunes générations.....	16
L'utilisation des réseaux sociaux.....	17
Le réseau social Facebook	18
L'importance de Facebook chez les jeunes adultes.....	20
La dépendance à Facebook.....	22
L'impact de l'utilisation de Facebook sur la relation de couple.....	24
Relation entre l'utilisation de Facebook et la théorie tripartite de l'amour	27
Utilisation de Facebook et engagement relationnel	27
Utilisation de Facebook et intimité.....	32
Utilisation de Facebook et passion	38

Utilisation de Facebook et satisfaction conjugale.....	39
Hypothèses de recherche	42
Méthode	46
Participants	47
Instruments de mesure	48
Questionnaire sur les composantes de l'amour.....	49
Dépendance à Facebook	49
Satisfaction conjugale	50
Autres questions pertinentes	51
Déroulement	51
Résultats.....	54
Analyses descriptives.....	55
Vérification des hypothèses de recherche.....	57
Analyses exploratoires de médiation	64
Discussion.....	74
Analyses descriptives.....	75
Vérification des hypothèses de recherche.....	79
Forces, limites et recommandations futures	96
Conclusion	102
Références.....	105
Appendice	121

Liste des tableaux

Tableau

1. Moyennes et écarts-types des variables selon le sexe ($N = 726$).....56
2. Corrélations entre les variables à l'étude ($N = 726$)60

Liste des figures

Figure

1. Théorie triangulaire de l'amour de Sternberg7
2. Modèle de médiation entre les composantes de l'amour, la dépendance à Facebook et la satisfaction conjugale67
3. Modèle de médiation entre les composantes de l'amour, le dévoilement de soi et la satisfaction conjugale69
4. Modèle de médiation entre les composantes de l'amour, la cyberinfidélité et la satisfaction conjugale71
5. Modèle de médiation entre les composantes de l'amour, le statut relationnel sur Facebook et la satisfaction conjugale73

Remerciements

J'aimerais exprimer mes sincères remerciements à Yvan Lussier, mon directeur, qui m'a guidée dans la réalisation de cet essai doctoral en suivant mon idée de recherche. Il a su être d'un grand soutien et rendre cette recherche intéressante pour moi. Je remercie aussi mes parents qui m'ont beaucoup soutenue et encouragée durant tout mon parcours académique et doctoral, facilitant grandement cette étape de ma vie. Un grand merci à mon copain qui m'a grandement poussée et encouragée à mettre du temps sur ma rédaction afin que je réussisse à achever mon essai dans les temps. Finalement, je tiens à remercier mes amies avec qui j'ai eu des séances de rédaction, cela a rendu le processus beaucoup plus agréable.

Introduction

La période associée au jeune adulte, c'est-à-dire des adultes entre 18 et 25 ans, est une tranche d'âge ponctuée par plusieurs défis développementaux, dont l'autonomie, l'identité, les choix professionnels et personnels et aussi l'établissement de relations amoureuses. Effectivement, les relations amoureuses sont très importantes pour le jeune adulte puisqu'il doit résoudre l'enjeu développemental entourant l'intimité avec les autres afin de répondre à ses besoins relationnels et de distanciation des autres afin de protéger son identité et l'intégrité du soi (Erikson, 1968). La plupart des jeunes adultes s'engagent dans des relations amoureuses et font l'expérience, en partie ou en totalité, des différentes composantes de l'amour, soit l'engagement, l'intimité et la passion (Sternberg, 1988). Cette période de la vie est souvent accompagnée d'une période d'exploration des relations et de liberté, permettant de faire l'expérience de différentes relations et de trouver les aspects qu'ils recherchent dans une relation dans laquelle ils seraient prêts à s'engager à plus long terme (Arnett, 2006). La passion est particulièrement importante pour les couples de cette tranche d'âge puisqu'elle est davantage associée à la qualité de la relation, comparativement aux autres tranches d'âges (Stephanou, 2012). Les relations amoureuses sont donc au cœur des défis développementaux rencontrés par les jeunes adultes et la qualité des relations amoureuses construites par ceux-ci prédira une partie de leur bonheur (Demir, 2008).

Avec l'avènement des technologies numériques et des téléphones cellulaires, plusieurs aspects de la vie sont simplifiés et possibles en tout temps et partout, notamment le fait de garder contact avec des amis, la famille ainsi que son partenaire amoureux. Cela peut être effectué par le biais du téléphone ou des messages textes, mais aussi grâce aux différents réseaux sociaux tels que Facebook. Effectivement, 98 % des jeunes adultes de 18 à 24 ans utilisent leur téléphone cellulaire afin d'aller sur les réseaux sociaux (Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations [CEFRIIO], 2017). Les réseaux sociaux, particulièrement Facebook, qui est un des plus populaires, semblent être particulièrement importants pour les jeunes adultes puisque ce sont eux qui y sont le plus présents. Ils visiteraient cette plateforme en ligne pratiquement chaque jour, démontrant ainsi à quel point cela fait maintenant partie de leur quotidien (Pew Research Center, 2019). Selon les personnes de cette tranche d'âge, les principales motivations pour utiliser Facebook sont de rester en contact avec des personnes qu'ils connaissent déjà dans le monde réel ainsi que de retrouver des amis (Ferron, Lussier, Alain, & Sabourin, 2013). Cependant, l'omniprésence de cette réalité virtuelle peut créer une dépendance et cela peut entraîner des effets sur la vie réelle de la personne qui utilise ce réseau social, mais aussi sur les personnes qui l'entourent. Effectivement, les études sont de plus en plus nombreuses à démontrer que la vie virtuelle comme Facebook peut avoir des impacts autant positifs que négatifs sur la vie réelle de la personne qui en fait usage ainsi que sur les relations qu'elle entretient avec les autres dans la vie hors ligne.

La présente recherche vise à contribuer aux connaissances actuelles en ce qui a trait aux relations entre les différentes composantes de l'amour, soit l'engagement, l'intimité et la passion et les différentes façons d'utiliser Facebook comme le dévoilement de soi sur ce réseau, le statut relationnel indiqué sur la page Facebook, la cyberinfidélité émotionnelle et sexuelle, la dépendance à ce réseau ainsi que le nombre d'heures d'utilisation.

Cette étude comprend cinq différentes sections. En premier lieu, une revue de la documentation scientifique sur les différentes variables à l'étude est effectuée et elle se termine avec la présentation des objectifs de l'étude ainsi que les hypothèses de recherche. En second lieu, la méthodologie de l'étude est décrite en détail. Ensuite, les résultats des différentes analyses statistiques effectuées sont exposés. La section discussion présente des éléments d'explication aux résultats obtenus afin d'apporter une meilleure compréhension des relations amoureuses à l'ère des réseaux sociaux virtuels. En dernier lieu, une conclusion vient mettre en lumière les apports de cette étude.

Contexte théorique

Cette section porte sur la recension des écrits et est divisée en cinq sous-sections. D'abord, les composantes de la théorie de l'amour triangulaire, soit l'engagement, l'intimité et la passion seront détaillées. Ensuite, l'utilisation des réseaux sociaux sera décrite et le réseau social Facebook le sera plus particulièrement. Par la suite, l'état des connaissances actuelles sur l'impact de l'utilisation de Facebook sur la relation de couple sera abordé. La quatrième section portera plus précisément sur les relations entre l'utilisation de Facebook et les composantes de la théorie triangulaire de l'amour. Finalement, l'objectif de la recherche ainsi que les hypothèses qui y sont liées seront exposés.

La relation amoureuse et ses composantes

Différentes théories existent pour définir les diverses composantes d'une relation amoureuse, telles que l'attachement, le modèle typologique des couleurs de l'amour, la typologie de l'amour de Berscheid, l'interdépendance au sein des relations conjugales ainsi que la théorie triangulaire de l'amour (Lussier, Bélanger, & Sabourin, 2017). Sternberg (1988) a élaboré une théorie sur l'amour qu'il a nommé la théorie triangulaire de l'amour. Il conceptualise l'amour en trois composantes, l'engagement, l'intimité et la passion et il les positionne graphiquement pour former un triangle comme le présente la Figure 1.

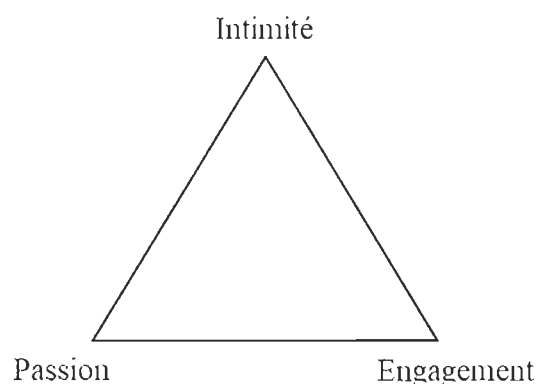


Figure 1. Théorie triangulaire de l'amour de Sternberg.

Pour Sternberg (1988), l'engagement représente deux aspects, celui de prendre la décision d'aimer quelqu'un et celui de s'engager à maintenir la relation en place. Ces deux aspects n'ont pas besoin d'être présents ensemble, il doit y avoir l'existence d'au moins un de ces deux aspects pour pouvoir dire que la composante de l'engagement est présente dans la relation. Il s'agit d'une composante plus cognitive de l'amour (Sternberg, 1988). Dans la théorie de Sternberg (1988), la composante d'intimité, quant à elle, représente les sentiments de proximité, d'être connecté et d'avoir une relation chaleureuse avec la personne. Ce sont aussi les sentiments de vouloir le bien-être de son partenaire, d'être heureux en présence du partenaire, d'avoir une bonne estime de cette personne, de pouvoir compter sur elle lorsque désiré, d'avoir une compréhension mutuelle, de partager ses biens avec le partenaire, de recevoir et de donner du soutien émotif, d'avoir des conversations intimes avec son partenaire et de valoriser la présence de cette personne dans sa vie. C'est la composante émotionnelle de l'amour (Sternberg, 1988). Finalement, dans sa théorie, Sternberg (1988) décrit la passion comme représentant le romantisme, l'attraction

physique et les relations sexuelles présentes dans la relation. Bien que le désir sexuel représente la composante de la passion, il y a d'autres besoins qui peuvent en faire partie. C'est effectivement le cas des besoins d'estime de soi, de réussite, de réconfort, d'affiliation, de dominance, de soumission et d'actualisation de soi. La composante de la passion représente l'excitation physique et psychologique présente dans une relation (Sternberg, 1988).

Dans sa théorie, Sternberg (1988) stipule que le degré auquel chaque composante est présente dans la relation permet de former le triangle de la relation et de donner une idée du type de relation présente. Par exemple, la présence des trois composantes représentant un amour complet et illustré par un triangle équilatéral, tel qu'illustré à la Figure 1. Cependant, il peut aussi y avoir seulement la présence d'une ou de deux composantes formant différents types de relation amoureuse et étant illustrés par des triangles débalancés où les coins les plus prononcés sont les composantes les plus présentes. Par ailleurs, selon la théorie de Sternberg (1988), les personnes n'ont pas qu'un seul triangle représentant leur relation, ils en ont plusieurs. Entre autres, ils ont un triangle représentant leur relation réelle, mais aussi un triangle représentant leur relation idéale (Sternberg, 1988). Le poids de chaque composante peut être différent entre le triangle de la relation réelle et le triangle de la relation idéale. Plus la forme des deux triangles est différente, plus cela occasionne des problèmes dans la relation réelle de la personne. En effet, les recherches de Sternberg (1988), ont montré que plus la différence entre le triangle réel et le triangle idéal est grande, plus la personne ressent de l'insatisfaction face

à sa relation. À l'inverse, moins la différence est grande, meilleure est la satisfaction conjugale.

Ces trois composantes de l'amour sont par ailleurs fortement liées avec la satisfaction conjugale (Acker & Davis, 1992; Graham, 2011; Madey & Rodgers, 2009). La satisfaction conjugale fait référence à l'évaluation personnelle de la relation par les partenaires, c'est-à-dire que plus le jugement est positif, plus la relation conjugale est considérée comme satisfaisante (Fincham & Bradbury, 1987). La satisfaction conjugale peut aussi être décrite comme l'écart entre les attentes et les comportements de chaque partenaire dans le couple, voulant ainsi que plus les comportements dans la relation répondent aux attentes, plus les partenaires trouveront leur relation satisfaisante (Favez, 2013). Ces composantes sont aussi des prédicteurs d'une relation exclusive ainsi que la stabilité du couple, c'est-à-dire le fait qu'ils soient toujours ensemble deux mois plus tard (Whitley, 1993).

Cette théorie a été testée à plusieurs occasions et les études ont dévoilé qu'elle explique bien les relations amoureuses. Par exemple, Aron et Westbay (1996) ont montré par une série de sept études que la description de l'amour est mieux expliquée par une structure à trois facteurs. Ces mêmes auteurs ont nommé ces trois facteurs intimité, passion et engagement et ceux-ci ont plusieurs ressemblances avec les composantes de la théorie de Sternberg. Les résultats de leurs études indiquent que les facteurs sont fortement liés avec les composantes de Sternberg, ce qui appuie la théorie triangulaire de

l'amour (Aron & Westbay, 1996). Ces études ont aussi permis de conclure que cette structure à trois facteurs permet autant de décrire ce qu'est l'amour que de décrire les expériences amoureuses des participants. Acker et Davis (1992) ainsi que Lemieux et Hale (2002) ont quant à eux indiqué que la passion, l'intimité et l'engagement sont des composantes distinctes et qu'elles varient dans le temps de façon similaire à ce que postulait Sternberg. Bien que l'intimité semble être une composante moins distincte des deux autres, alors que la passion et l'engagement semblent plus se différencier, il semblerait que la théorie en trois composantes de Sternberg soit valide (Acker & Davis, 1992). Alors que la majorité des études de validation de cette théorie a été effectuée aux États-Unis, quelques études ont démontré la validité de la théorie triangulaire de l'amour au Canada. C'est effectivement le cas de l'étude de Rodrigue et de ses collègues (2018). Ce modèle en trois composantes a aussi été validé dans d'autres pays comme les Pays-Bas (Overbeek, Ha, Scholte, de Kemp, & Engels, 2007), à Chypre (Panayiotou, 2005) ainsi qu'au Québec (Brunelle, 1998). Cependant, la composante de la passion semble être moins déterminante de la satisfaction conjugale dans les cultures collectivistes, mais l'engagement et l'intimité sont deux composantes particulièrement importantes (Ng & Cheng, 2010).

Dans une étude réalisée auprès de couples mariés, Lemieux et Hale (2000) ont trouvé que l'intimité, la passion et l'engagement ensemble expliquent 73 % de la variance associée à la satisfaction conjugale chez les hommes et 87 % de la variance pour les femmes (Lemieux & Hale, 2000). Dans une méta-analyse effectuée en 2011 par Graham,

11 articles traitants de la passion, 13 articles traitants de l'intimité et neuf articles sur l'engagement ont été examinés en lien avec la satisfaction conjugale. Il en ressort que ces composantes sont fortement corrélées avec la satisfaction conjugale avec une corrélation de 0,66 pour la passion, 0,78 pour l'intimité et 0,70 pour l'engagement (Graham, 2011). Lemieux et Hale (2000) ont aussi démontré l'utilité de la théorie triangulaire de l'amour de Sternberg pour décrire les relations de fréquentation. Les trois composantes de la théorie sont aussi présentes dans les relations de fréquentation chez les jeunes adultes, mais ce sont les composantes de la passion et de l'engagement, comparativement à l'intimité, qui sont davantage reliées à ce type de relation. De plus, cette théorie a aussi permis d'expliquer le fonctionnement des relations sexuelles impliquant des amis avec bénéfiques (connues sous le nom de « fuckfriend »; Bisson & Levine, 2009), les relations sexuelles temporaires pouvant avoir lieu avec un étranger, une connaissance, un ami ou encore un ancien partenaire (connues sous le nom de « one night stand »; Rodrigue et al., 2018) ainsi que les relations cycliques empreintes de dissolution de l'union et de retour ensemble (Dailey & Powell, 2017).

Les composantes d'intimité, de passion ainsi que d'engagement sont aussi reliées avec d'autres variables de différentes théories de l'amour comme l'attachement. En effet, un attachement empreint de plus d'insécurité est corrélé négativement avec l'intimité, la passion et l'engagement (Madey & Rodgers, 2009). Une corrélation négative entre toutes ces composantes est aussi trouvée chez ceux ayant un attachement empreint d'indépendance. Les résultats de l'étude de Madey et Rodgers (2009) montrent aussi que

l'intimité ainsi que l'engagement ont un effet médiateur sur l'effet qu'a l'attachement sur la satisfaction conjugale. Cela voudrait donc dire que le type d'attachement prédirait le niveau d'intimité et d'engagement, ce qui prédirait à son tour la satisfaction conjugale.

L'amour chez les générations actuelles

À partir de l'adolescence, l'avancement en âge amène de nouveaux défis et de nouveaux aspects développementaux. Le développement, les expériences de la vie ainsi que les changements dans les contextes sociaux amènent une perception différente des relations sociales, dont les relations amoureuses (Sumter, Valkenburg, & Peter, 2013). Certains auteurs se sont alors penchés sur les différences quant à l'amour selon les tranches d'âge et ils ont noté des différences significatives entre l'adolescence, les jeunes adultes, les adultes d'âges moyens et les adultes plus âgés (Moore, 2014; Sumter et al., 2013). Les jeunes adultes semblent particulièrement se différencier des autres puisqu'ils ne semblent pas tout à fait adopter encore les responsabilités d'adultes tout en étant plus matures et expérimentés que les adolescents (Arnett, 2006). Ainsi, la prochaine section abordera la perception des trois composantes de l'amour, c'est-à-dire l'engagement, l'intimité ainsi que la passion chez les jeunes adultes.

L'engagement chez les jeunes générations

La société nord-américaine évolue avec le temps et la réalité change selon les différentes générations. Par exemple, au début du 20^e siècle, les jeunes âgés entre 18 et 21 ans étaient, pour la plupart, dans une relation conjugale avec un fort engagement

puisque'ils étaient déjà mariés et avaient, bien souvent, des enfants. La réalité d'aujourd'hui est complètement différente puisque les jeunes de 18 ans à la mi-vingtaine, qui sont qualifiés d'adultes émergents par Arnett (2006), entrent dans une période d'exploration et de grande liberté. Les jeunes adultes d'aujourd'hui ne sont pas prêts, pour la grande majorité, à s'investir dans le mariage et la famille avant la moitié ou même la fin de leur vingtaine (Arnett, 2006). Cette période d'exploration leur permet d'acquérir de l'expérience sexuelle et relationnelle. Les adultes émergents ont donc, généralement, plusieurs partenaires sexuels et s'engagent dans plusieurs relations amoureuses leur permettant de cibler ce qu'ils recherchent chez quelqu'un pour s'engager à long terme (Arnett, 2006).

Cependant, plus les adultes émergents vieillissent, plus ils tendent à chercher des relations sérieuses pour satisfaire leur désir de sécurité et de stabilité (Arnett, 2006). Ils sont donc à la recherche d'une relation où les deux partenaires auront un engagement fort. En effet, la génération d'adultes émergents d'aujourd'hui semble avoir encore le désir de se marier ou de former une relation amoureuse stable, mais ils attendent bien souvent d'avoir expérimenté plusieurs relations et d'avoir accompli individuellement leurs objectifs, tels que d'avoir terminé leurs études, d'avoir un emploi stable, d'être stable financièrement et d'avoir développé leur propre identité avant de s'engager (Arnett, 2006). Leur grande liberté leur permet aussi d'expérimenter la cohabitation avec leur partenaire avant de se marier afin de voir s'ils sont vraiment compatibles ensemble (Arnett, 2006).

Chez les jeunes adultes, plus particulièrement, les relations sans engagement sont donc populaires. Les amis avec bénéfices sont des amis avec qui ils ont des rapports sexuels, mais avec lesquels ils ne ressentent pas d'amour et avec qui ils n'entretiennent pas de relation amoureuse. En effet, entre 14,5 et 60 % des jeunes adultes ont ce genre de relation et seulement 20 % des relations d'amis avec bénéfices finissent par devenir une relation impliquant de l'engagement (Owen, Fincham, & Polser, 2017). Par ailleurs, les jeunes adultes entrent dans une période de recherche et de formation de leur identité et pour cela, ils ont besoin de développer leur indépendance et leur autonomie. Ce désir d'indépendance est contradictoire avec l'interdépendance qui se développe dans une relation amoureuse, ce qui amène les jeunes adultes à être en dilemme entre ce désir d'être en relation et ce désir d'être autonome (Quirk et al., 2016). Cela peut expliquer les contradictions entre les études sur les relations sans engagement et celles comme l'étude de Sumter et al. (2013) montrant que les jeunes adultes âgés entre 18 et 29 ans ont un niveau significativement plus élevé d'engagement que les adolescents, mais un niveau similaire à ceux des autres adultes entre 30 et 88 ans.

L'intimité chez les jeunes générations

La théorie du développement d'Erikson postule que le développement adulte se fait grâce à la résolution du conflit entre les principaux enjeux associés à cette période de développement. Selon cette théorie, le conflit entre l'intimité et la distanciation est le principal enjeu de la période s'étalant de la fin de l'adolescence jusqu'au début de l'âge adulte (Erikson, 1968), mais certains auteurs comme Prager (1995) affirment que cela

reste vrai jusqu'à la quarantaine. Effectivement, Erikson (1968) postule que les personnes étant dans cette tranche d'âge doivent choisir entre le développement de l'intimité avec certaines personnes, de s'isoler, de seulement avoir des relations superficielles ou encore vouloir de l'intimité avec quelqu'un d'improbable. Lorsqu'Erikson (1968) fait mention de l'intimité, il parle non seulement de l'intimité sexuelle, mais aussi de l'intimité qu'il nomme psychosociale qui représente une relation vraie et mutuelle. À l'opposé, la distanciation est le fait de s'isoler et de rejeter les autres qui paraissent menaçants pour soi. Les personnes qui tendent à aller du côté de l'isolement ont souvent peur de perdre leur identité en étant trop intimes avec quelqu'un, mais aussi peur de ce que les relations intimes apportent, tels que le fait de devenir parent et le fait que quelqu'un se soucie d'eux (Erikson, 1968).

En ce sens, Sumter et al. (2013) ont effectivement trouvé qu'il y avait une différence significative entre le groupe d'âge de 50 ans et plus et ceux de 18-29 et 30-50 ans en ce qui a trait à l'intimité. Plus précisément, les jeunes adultes ainsi que les adultes d'âges moyens montrent des niveaux similaires d'intimité et des niveaux significativement plus élevés que ceux des adultes âgés. L'étude de Moore (2014) semble confirmer ces résultats montrant que les groupes incluant les âges de 18 à 34 ans ont les plus grandes moyennes au niveau de l'intimité, ce qui démontre ainsi leur grand besoin et qui appuie la théorie d'Erikson. Comme le développement de l'intimité avec les autres est important pour cette tranche d'âge, il est intéressant d'étudier la représentation de ce conflit avec les innovations technologiques d'aujourd'hui.

Par ailleurs, il semble que la peur de l'intimité soit relativement présente chez les jeunes adultes. À ce sujet, Phillips et ses collaborateurs (2013) ont effectué une étude sur la peur de l'intimité chez les adultes émergents aux États-Unis à partir de deux échantillons. Le premier échantillon est composé de 75 participants principalement de sexe féminin ayant un âge moyen de 22 ans. Les auteurs ont trouvé qu'il y avait 52 % de cet échantillon qui présentaient un niveau élevé de peur de l'intimité (Phillips et al., 2013). Le second échantillon est composé de 224 personnes aussi en majorité de sexes féminins d'environ 24 ans. Dans cet échantillon, 50 % des participants avaient une peur élevée de l'intimité (Phillips et al., 2013). Les résultats de cette étude permettent donc de démontrer qu'environ un jeune adulte sur deux a peur de l'intimité. Comme l'échantillon de Phillips et de ses collègues (2013) est majoritairement composé de femmes, il est possible que les proportions de personnes ayant un niveau de peur de l'intimité élevé soient différentes dans un échantillon plus représentatif de la population.

La passion chez les jeunes générations

Il semble que les jeunes adultes ont une vision idéalisée de l'amour et les auteurs posent l'hypothèse que les films à l'eau de rose présentés en abondance y sont pour quelque chose (Vannier & O'Sullivan, 2016). En effet, Vannier et O'Sullivan (2016) ont montré que les jeunes adultes entre 18 et 28 ans de leur échantillon ont une vision idéalisée de l'amour de façon modérée. La vision idéalisée de l'amour est divisée en plusieurs types et la passion en fait partie. Selon eux, la vision idéalisée de la passion représente l'attrance, l'excitation et le désir d'avoir des rapprochements physiques avec le partenaire

(Vannier & O'Sullivan, 2016). Idéaliser la passion dans une relation est le deuxième type de vision idéalisée le plus présent chez les jeunes adultes. Dans le même sens, Stephanou (2012) a montré que les étudiants collégiaux ont la perception qu'une bonne relation conjugale est caractérisée premièrement par l'amour et ensuite par la passion. Au contraire, ce qui caractérise une mauvaise relation de couple, selon cet échantillon, est le manque de confiance et par la suite un manque de passion ressentie (Stephanou, 2012). Il semble donc que pour les jeunes adultes, la variable de la passion soit très importante pour définir une bonne ou une mauvaise relation conjugale.

Par ailleurs, selon une étude qui a comparé le niveau de passion à plusieurs moments de la vie, les jeunes adultes ont montré un plus grand niveau de passion que les autres groupes d'âge (Sumter et al., 2013). Effectivement, ces auteurs ont évalué la variable de la passion comprise dans la théorie de Sternberg selon plusieurs groupes d'âge commençant au début de l'adolescence jusqu'à l'âge adulte avancé. Cette étude laisse voir que les jeunes adultes âgés entre 18 et 29 ans rapportent plus de passion dans leur relation de couple que tous les autres groupes et cela semble être plus présent chez les hommes que chez les femmes.

L'utilisation des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux constituent des plateformes en ligne qui permettent aux utilisateurs de se créer un profil et de se connecter avec d'autres utilisateurs (Boyd & Ellison, 2008). Ce profil peut être public ou seulement visible pour quelques personnes,

selon les préférences des utilisateurs et le fonctionnement de chaque réseau social. Cependant, ce qu'ils ont tous en commun, c'est qu'il est possible de voir la liste de connexion de chaque utilisateur et de la parcourir en naviguant d'un profil à l'autre (Boyd & Ellison, 2008). Au Québec, 98 % des adultes de 18 à 24 ans ayant un appareil mobile l'utilisent pour consulter les médias sociaux, tels que Facebook, Twitter, Instagram et Snapchat (CEFRIQ, 2017). Selon une étude récente (We Are Social & Hootsuite, 2018), une augmentation de 13 % du nombre d'utilisateurs de réseaux sociaux a été observée dans le monde entier, au cours de l'année 2017. Cela équivaut à environ 1 million de nouvelles inscriptions à un réseau social par jour, ce qui implique 11 nouvelles inscriptions chaque seconde (We Are Social & Hootsuite, 2018).

Facebook fait partie des réseaux sociaux les plus populaires grâce à ses 2,23 milliards d'utilisateurs actifs chaque mois, partout à travers le monde (Facebook, 2019). En effet, à travers le monde, Facebook est le réseau social ayant le plus d'utilisateurs actifs chaque mois (We Are Social & Hootsuite, 2018), alors qu'aux États-Unis, Facebook est le deuxième réseau social le plus utilisé après YouTube (Pew Research Center, 2019).

Le réseau social Facebook

Facebook est un réseau social qui a été créé en 2004 et à ce moment il était seulement réservé à la population universitaire d'Harvard (Facebook, 2019). Ce réseau a par la suite été ouvert pour certaines autres universités nord-américaines et c'est à partir de 2006 que ce réseau social devient accessible à tous ceux qui sont âgés de plus de 13

ans (Facebook, 2019). L'objectif de ce réseau social est de permettre aux utilisateurs de se rapprocher les uns des autres et de se construire une communauté. Il permet aussi de rester au courant sur ce qui se déroule à travers le monde et pour partager tout ce qui importe aux utilisateurs (Facebook, 2019). Chaque utilisateur se crée un profil où il peut mettre une photo de profil et donner des informations personnelles comme le lieu de naissance, d'études, de travail, leurs croyances, leur date de naissance, leur statut conjugal et même leurs intérêts (Smith, 2018). Les utilisateurs peuvent aussi lier leur profil à ceux des membres de leur famille, de leurs amis ainsi qu'avec celui de leur partenaire amoureux. Ces liens permettent à ceux qui regardent le profil de quelqu'un de cliquer sur un membre lié à ce profil et de se retrouver automatiquement sur le profil de la personne liée (Smith, 2018).

Une fois le profil créé, les utilisateurs peuvent publier des photos et identifier leurs amis et publier leurs états d'âme en écrivant un statut (Smith, 2018). Sur chaque publication, il est possible de réagir par le biais de la mention « j'aime » ou d'autres émoticônes ou encore d'écrire un commentaire. Dans un commentaire, les utilisateurs peuvent identifier leurs amis et ceux-ci peuvent réagir à leur tour. Facebook permet aussi de publier sur le profil de leurs amis de façon publique ou de communiquer en privé avec d'autres utilisateurs par le biais de la messagerie instantanée (Smith, 2018). De plus, ce réseau social permet à ses utilisateurs d'organiser des événements et d'inviter leurs amis à y participer et il agit comme un agenda en rappelant les événements de prévu. Par ailleurs, il permet aussi de suivre un groupe et ainsi recevoir toutes les informations le

concernant, cela peut être un groupe scolaire, un groupe d'amis ou même un groupe constitué d'étrangers partageant les mêmes intérêts (Smith, 2018).

L'importance de Facebook chez les jeunes adultes. Les jeunes adultes représentent la tranche d'âge la plus présente sur le réseau social Facebook. En effet, ce sont les 25 à 34 ans qui sont en plus grand nombre avec 631 millions d'utilisateurs, suivis de près par les 18 à 24 ans représentant 611 millions d'utilisateurs (We Are Social & Hootsuite, 2018). En fait, selon les études du *Pew Research Center* (2019), 69 % des adultes américains utilisent le réseau social Facebook et ce sont 79 % des adultes âgés entre 18 et 29 qui l'utilisent. Parmi les utilisateurs américains de Facebook, 74 % de ceux-ci vont sur le site au moins une fois par jour (Pew Research Center, 2019).

Des informations sur l'utilisation de Facebook chez les Québécois ont été collectées dans l'étude de Ferron, Lussier, Sabourin et Brassard (2016). L'échantillon était composé de 822 Québécois âgés entre 18 et 65 ans, dont l'âge moyen était de 29,6 ans. Selon leurs résultats, la majorité des participants (57,2 %) passent moins d'une heure par jour sur Facebook, environ le tiers (34,8 %) passent entre une et trois heures par jour, 4,4 % passent entre trois et cinq heures par jour et 3,6 % passent plus de cinq heures par jour sur Facebook (Ferron et al., 2016). Concernant les principales motivations à utiliser Facebook chez une population adulte, il en ressort que la majorité des participants l'utilise

pour rester en contact (81,9 %), retrouver des amis (64,1 %) et regarder des photos de leurs amis (53,1 %) (Ferron et al., 2013).

En questionnant les gens sur ce qui les poussait à utiliser Facebook, Nadkarni et Hofmann (2011) ont constaté l'importance de Facebook auprès des jeunes adultes, puisque l'utilisation de ce média social répond à certains de leurs besoins, dont le besoin d'appartenance, qui est le besoin de faire partie d'un groupe et celui de présentation de soi, c'est-à-dire de se présenter aux autres de façon intéressante, de contrôler l'image qu'a les autres de soi (Nadkarni & Hofmann, 2011). Dans le même ordre d'idée, Cheung, Chiu et Lee (2011) affirment que la présence sociale est la raison la plus importante qui pousse les étudiants à utiliser ce réseau social. La définition de la présence sociale n'est pas encore unanime, mais dans un contexte de plateforme en ligne, la présence sociale représente à la fois la capacité à bien se représenter selon ses caractéristiques personnelles, le sentiment de se sentir avec les autres ainsi que la reconnaissance de l'importance des relations interpersonnelles (Vanek, King, & Bigelow, 2018). D'autres auteurs comme Raacke et Bonds-Raacke (2008) se sont intéressés aux motivations à utiliser Facebook. En effet, leur étude, réalisée auprès de 316 participants (moyenne d'âge = 19,7 ans), laisse voir que rester en contact avec des anciens amis et des amis actuels sont les principales motivations à avoir un compte Facebook, alors que les motivations les moins communes

sont de l'utiliser pour des raisons scolaires, de se sentir connecté et d'apprendre sur les événements (Raacke & Bonds-Raacke, 2008).

La dépendance à Facebook. Plusieurs chercheurs et professionnels ont affirmé que l'utilisation de Facebook pouvait entraîner de la dépendance. Bien que cette idée ne fasse pas l'unanimité, des chercheurs montrent que les symptômes de la dépendance à Internet s'apparentent beaucoup aux symptômes ressentis lors d'une dépendance aux substances. En effet, les symptômes sont des émotions négatives qui sont ressenties lorsque l'utilisation d'Internet est impossible, lorsqu'il y a un manque de contrôle sur l'utilisation d'Internet et lorsqu'il y a des préoccupations cognitives et comportementales par rapport à Internet (Kerkhof, Finkenauer, & Muusses, 2011). La dépendance à Facebook serait une sous-catégorie de celle liée à Internet (Caci, Cardaci, Scrima, & Tabacchi, 2017). La dépendance à Facebook peut être reconnue lorsque la personne fait une utilisation excessive de ce média social au point où cela interfère avec ses activités quotidiennes et que l'utilisation affecte les habiletés mentales et physiques de la personne. La personne dépendante de Facebook négligera sa vie personnelle, utilisera ce média social pour échapper à la vie réelle, affichera une modification de l'humeur et aura des préoccupations par rapport à ce média social (Caci et al., 2017).

Quelques études ont été effectuées sur la dépendance à Facebook avec une population québécoise. Effectivement, Giroux-Benoit, Lussier et Ferron (2017) ont trouvé que plus les jeunes Québécois de leur échantillon âgés entre 14 et 25 ans passent du temps

sur les médias sociaux et plus ils se sentent dépendants à ces sites, plus ils ont des comportements de recherche de popularité. Ces comportements sont de supprimer des publications peu populaires, de prendre et de publier de multiples photos de soi, de s'attendre à un certain nombre de « j'aime » et de commentaires sur ses publications ainsi que de promettre d'effectuer un acte en échange d'un certain nombre de « j'aime », de commentaires ou de partages (Giroux-Benoit et al., 2017). De plus, une autre étude montre que les personnes qui ont un attachement non sécurisant avec une anxiété d'abandon, particulièrement les styles craintif et préoccupé, semblent être plus à risque de développer une dépendance à Facebook (Giroux-Benoit, Ferron, Lussier, & Brassard, 2015). Ils ont aussi trouvé que les jeunes adultes qui sont dépendants à Facebook ont plus de traits de personnalité associés au névrosisme et moins associés à l'amabilité et à la conscience.

Encore peu de recherches ont été effectuées sur l'impact de la dépendance à Facebook sur la relation de couple, mais il a été démontré que la dépendance à Internet est reliée négativement à la qualité de la relation conjugale puisque l'utilisation compulsive est associée avec un faible ajustement dyadique, une plus grande fréquence de conflits au sein du couple et le sentiment d'être moins intime et passionné envers son partenaire (Kerkhof et al., 2011). Abbasi, Drouin, McDaniel et Dibble (2019) ont trouvé, quant à eux, que la dépendance à Facebook était liée à une détérioration de l'amour, de l'attachement émotionnel ainsi qu'à une indifférence émotionnelle envers le partenaire amoureux, ce qui peut laisser croire qu'il pourrait y avoir une diminution de l'intimité

dans le couple. Également, plus le niveau d'engagement est élevé chez les partenaires, moins il y aurait d'effets négatifs liés à la dépendance à Facebook (Abbasi et al., 2019).

L'impact de l'utilisation de Facebook sur la relation de couple

Les recherches sur l'utilisation du réseau social Facebook mis en lien avec le fonctionnement de la personne dans la vie réelle sont de plus en plus abondantes. En plus d'étudier les effets que l'utilisation de Facebook peut avoir sur la personne utilisatrice, les chercheurs ont commencé à explorer les impacts de cette utilisation sur les relations des utilisateurs, telles que les relations familiales, amicales et amoureuses. Plusieurs études montrent, en effet, qu'il existe un lien entre l'utilisation de ce média social et la relation conjugale de l'utilisateur. Il peut y avoir des impacts négatifs sur les relations de couple, mais il peut aussi y avoir des impacts positifs selon l'utilisation qui en est faite. En ce qui a trait aux impacts négatifs, Facebook est lié à l'augmentation des sentiments de jalousie dans les couples (Baker & Carreño, 2016; Brem, Spiller, & Vandehey, 2015; Muise, Christofides, & Desmarais, 2009; Muscanell & Guadagno, 2016; Orosz, Szekeres, Kiss, Farkas, & Roland-Lévy, 2015). Cette jalousie a aussi été étudiée dans une population québécoise et Ferron et Lussier (2012) ont trouvé que 47,1 % de leurs 753 participants rapportent ressentir de la jalousie lorsque leur partenaire navigue sur Facebook. Par ailleurs, ce serait les personnes ayant un attachement craintif et préoccupé qui auraient une réaction plus négative face à l'utilisation de leur conjoint sur ce réseau social et donc ils ressentiraient plus de jalousie (Giroux-Benoit, Ferron, & Lussier, 2014). L'augmentation de la jalousie au sein du couple entraîne des comportements de

surveillance, de contrôle et d'agression envers le partenaire suite à son utilisation d'Internet (Baker & Carreño, 2016; Brem et al., 2015; Burke, Wallen, Vail-Smith, & Knox, 2011). Par exemple, l'étude de Brem et de ses collègues (2015) montre que 33,1 % de leurs participants espionnaient leur partenaire en lisant leurs messages privés, qu'environ 20 % des participants ont demandé le mot de passe du compte Facebook de leur partenaire et 15,1 % ont menacé leur partenaire de mettre fin à la relation s'il parlait avec une personne spécifique sur Facebook. Cette étude montre donc que la jalousie créée par l'utilisation de Facebook peut amener des comportements de surveillance, de possession, de contrôle et de punition envers leur partenaire (Brem et al., 2015).

Par ailleurs, l'utilisation du réseau social Facebook peut entraîner des conflits. En effet, dans l'étude de Caldwell (2013), 40,1 % des participants se sont engagés dans des conflits interpersonnels sur Facebook avec d'autres utilisateurs alors que 87,4 % d'entre eux ont été témoins d'utilisateurs ayant des conflits sur Facebook par le biais des commentaires. Ces conflits peuvent donc survenir dans le couple et un conflit fréquent est le mécontentement d'un des partenaires face à l'utilisation que son partenaire fait de ce média social. Effectivement, ce ne sont pas toutes les personnes qui utilisent Facebook de la même façon, pendant la même durée et dans les mêmes circonstances, et lorsqu'il y a mésentente entre les partenaires sur l'utilisation qui doit être faite de ce média, cela peut créer des irritations (Dew & Tulane, 2015). Ferron et ses collaborateurs (2016) ont d'ailleurs mesuré ce type de conflit et 32 % de leurs participants affirment que leur utilisation de Facebook a déjà créé des conflits dans leur couple et que leur partenaire se

plaignait de leur utilisation. Ces conflits concernant l'utilisation de Facebook peuvent même avoir un effet délétère sur la satisfaction conjugale (Papp, Danielewicz, & Cayemberg, 2012).

À l'opposé, plusieurs études semblent trouver des avantages liés à l'utilisation de ce média social. En fait, certaines formes d'utilisation de Facebook (p. ex., afficher son statut relationnel sur Facebook, écrire être en couple ou mettre une photo de profil incluant son partenaire) sont liées positivement à la satisfaction conjugale (Papp et al., 2012; Saslow, Muise, Impett, & Dubin, 2013; Seidman, Langlais, & Havens, 2019). De surcroît, plusieurs utilisateurs de Facebook ont la perception que ce réseau social est bénéfique pour leur relation conjugale. En fait, Seidman et ses collègues (2019) constatent que publier des messages ou des photos publiquement sur Facebook est associé à une augmentation des sentiments de sécurité et de proximité au sein de la relation amoureuse. L'envoi de messages privés par la messagerie de Facebook est aussi associé à la perception à l'effet que ce réseau a amélioré la relation conjugale (Seidman et al., 2019). De plus, ceux qui ont une photo de profil avec leur partenaire et qui ont indiqué être en relation de couple avec leur partenaire sur Facebook sont perçus par les autres utilisateurs comme ayant une relation de meilleure qualité que ceux qui ne le font pas (Emery, Muise, Alpert, & Le, 2015). Ces mêmes auteurs ont montré que cette perception des autres de la qualité de la relation est représentative de la qualité réelle de la relation dans le couple, ce qui suggère que ceux qui font des publications incluant leur partenaire sur Facebook ont une relation de meilleure qualité.

Relation entre l'utilisation de Facebook et la théorie tripartite de l'amour

Comme l'utilisation de Facebook est très diversifiée et que les motivations à l'égard de son utilisation le sont tout autant, cette utilisation peut avoir des impacts sur plusieurs aspects de la vie réelle. La prochaine section de cet essai portera alors sur les différentes études reliant l'utilisation de Facebook aux trois composantes de la théorie tripartite de l'amour de Sternberg, soit l'engagement, l'intimité et la passion.

Utilisation de Facebook et engagement relationnel

Peu d'études liant la variable d'engagement et l'utilisation de Facebook ont été effectuées. Cependant, une étude de Haack et Falcke (2014) a montré qu'il y avait une différence significative en ce qui a trait à l'engagement entre les couples qui sont exclusivement sur Internet et ceux qui ont une relation dans le monde physique. Effectivement, cette étude, qui utilise la définition de l'amour de Sternberg, montre que les partenaires d'une union exclusivement en ligne ressentent significativement moins d'engagement envers leur partenaire que ceux ayant une union hors ligne (Haack & Falcke, 2014). Bien qu'il soit plus rare que deux partenaires n'aient aucun contact physique et qu'ils vivent leur relation seulement par le biais d'Internet, il n'est pas rare de voir des partenaires avoir des interactions sur Internet et plus précisément sur les réseaux sociaux. Une relation complètement virtuelle n'est peut-être pas représentative des couples dans le monde réel qui utilisent de plus en plus Internet, mais cette étude ouvre tout de même la porte à la possibilité que la variable d'engagement au sein des couples soit influencée par l'utilisation d'Internet et des réseaux sociaux tels que Facebook.

L'étude de Clayton, Nagurney et Smith (2013) montre qu'une utilisation fréquente de Facebook est corrélée positivement à des indices de détérioration de la relation comme la séparation, le divorce ou encore l'infidélité pour les couples qui sont ensemble depuis moins de trois ans. Cela veut donc dire que plus l'utilisation de Facebook est élevée, plus il y a des chances que le couple se sépare ou qu'il y ait un acte d'infidélité par un des partenaires. Comme il a été expliqué précédemment, l'engagement relationnel est le désir de rester avec son partenaire ainsi que de faire les efforts pour garder le couple ensemble, même pendant les moments plus difficiles (Sternberg, 1988). Cela veut donc dire que prendre la décision de terminer la relation peut signifier que la personne avait un faible niveau d'engagement envers son partenaire. Par ailleurs, des études démontrent qu'avoir un plus grand degré d'engagement envers son partenaire réduirait les risques d'infidélité (Drigotas, Safstrom, & Gentilia, 1999; McNulty & Brineman, 2007). Considérant ceci, Clayton et ses collègues (2013) n'ont peut-être pas étudié directement l'engagement relationnel dans leur étude, mais on peut supposer que l'engagement avait un rôle important à jouer dans la décision des participants de se séparer ou de commettre un geste d'infidélité. D'autres auteurs ont montré qu'il existe un lien indirect entre l'exposition à des partenaires amoureux alternatifs sur les réseaux sociaux et l'engagement dans le couple (de Lenne, Wittevronghel, Vandenbosch, & Eggermont, 2019). En effet, le fait d'être plus exposé à des partenaires alternatifs prédirait plus de comportements visant à atteindre ces personnes, ce qui diminuerait l'engagement pour le partenaire actuel. On peut donc croire qu'il est possible que l'utilisation de Facebook ait un lien avec l'engagement relationnel.

L'arrivée des réseaux sociaux favorisant l'interaction n'a pas seulement permis aux utilisateurs de créer ou d'entretenir des amitiés, mais a aussi permis de développer des relations plus intimes. Ces relations intimes peuvent être considérées comme de la cyberinfidélité lorsque la personne qui s'engage dans ce genre de relation avec une autre personne en ligne vit une relation hors ligne avec un partenaire amoureux. La cyberinfidélité est définie par Schneider et Weiss (2001) comme le fait d'avoir des échanges à caractère émotionnel ou sexuel par le biais d'Internet alors que la personne est engagée dans une relation de couple. Tout comme l'infidélité hors ligne, la cyberinfidélité peut être émotionnelle ou sexuelle. La cyberinfidélité émotionnelle est un attachement émotionnel avec une autre personne que le partenaire officiel et peut être représentée, par exemple, par le fait de faire plus de confidences à une personne en ligne qu'à son partenaire ou par le fait d'avoir des sentiments amoureux pour une personne avec qui il y a des interactions en ligne. Pour ce qui est de la cyberinfidélité sexuelle, elle peut être représentée par des gestes à caractères sexuels posés sur Internet comme se dénuder pour quelqu'un devant la Webcam.

Ferron et ses collègues (2016) ont effectué une étude sur la cyberinfidélité auprès d'un échantillon québécois de 822 personnes âgées en moyenne de 29,6 ans. Ils ont trouvé que 34,5 % des participants avaient eu des comportements de cyberinfidélité émotionnelle et 17,4 % avaient eu des comportements de cyberinfidélité sexuelle. Cette même étude a montré que la cyberinfidélité était corrélée positivement avec le nombre d'amis sur Facebook, au temps passé sur Facebook ainsi qu'au nombre de problèmes liés à

l'utilisation de ce même média social (Ferron et al., 2016). Avec cette augmentation des opportunités de comportements d'infidélité, l'impact de l'utilisation de Facebook sur l'engagement relationnel des couples hors ligne peut être questionné.

Pour leur part, Toma et Choi (2015) ont analysé plusieurs comportements sur Facebook et ont montré que le fait de s'afficher en couple sur Facebook avec son partenaire, de publier des photos avec son partenaire et de publier sur le mur de son partenaire augmente l'engagement relationnel au sein du couple et donc accroît les chances du couple de rester ensemble après six mois. Cela peut être expliqué par la théorie de présentation de soi de Goffman (1959) voulant que les personnes finissent par se voir de la même manière qu'ils se présentent aux autres. Donc, le fait de montrer publiquement sur Facebook leur engagement pour leur partenaire augmente l'engagement réel pour celui-ci grâce à la pression d'être constant avec ce que la personne démontre publiquement sur les réseaux sociaux (Toma & Choi, 2015). Kelmer (2013) a obtenu des résultats semblables. En effet, son étude montre que le fait de se mettre en couple sur Facebook est lié avec un plus haut degré de priorisation de la relation, d'engagement futur, d'envie future de se marier avec son partenaire et le fait de rester ensemble avec le temps (Kelmer, 2013). Il a aussi montré que le fait de publier une photo de profil sur Facebook avec son partenaire avait des effets semblables (Kelmer, 2013).

Lane, Piercy et Carr (2016) ont aussi étudié l'engagement relationnel et l'utilisation de Facebook. Contrairement aux études précédentes, ces chercheurs ont

démontré que l'engagement n'est pas plus élevé lorsque la personne montre publiquement sur Facebook qu'elle est en couple, mais ce serait plutôt un meilleur engagement qui pousserait la personne à s'identifier en couple sur Facebook. En effet, leurs résultats démontrent que ce sont les personnes qui sont le plus engagées envers leur partenaire qui décident d'afficher publiquement leur relation de couple sur Facebook (Lane et al., 2016). Par contre, le fait de passer beaucoup de temps sur Facebook diminue le temps de qualité passé avec son partenaire (Ferron et al., 2016). La dépendance à Facebook pourrait donc avoir des effets contraires sur l'engagement relationnel. En effet, Kerkhof et ses collaborateurs (2011) ont trouvé que les utilisateurs compulsifs d'Internet rapportaient un plus faible degré d'engagement envers leur partenaire.

Une autre étude a démontré que l'utilisation de Facebook pouvait avoir un lien indirect avec l'engagement relationnel dans le couple. Rahaman (2015) constate que la durée de la relation amoureuse a un effet médiateur entre les conflits liés à l'utilisation de Facebook et l'engagement. Dans cette étude, les conflits reliés à Facebook représentent les conflits occasionnés et intensifiés dans le couple suite à l'utilisation de Facebook. Plus précisément, ce chercheur a trouvé qu'il y avait une corrélation négative entre la durée de la relation amoureuse et les conflits reliés à Facebook. De plus, ces conflits ont aussi une relation négative avec l'engagement dans le couple et c'est pourquoi la durée de la relation agirait comme variable médiatrice. Cependant, cette étude a été effectuée au Bangladesh, ce qui rend les résultats plus difficilement applicables dans une société nord-américaine comme le Canada.

Utilisation de Facebook et intimité

Le niveau d'intimité à l'égard des relations amicales sur les réseaux sociaux, tel que Facebook a été relativement bien étudié dans les dernières années et il en ressort que l'utilisation de Facebook peut avoir des effets positifs sur l'intimité. Une des seules études reliant l'intimité au sein des couples et l'utilisation de Facebook a été celle de Hand, Thomas, Buboltz, Deemer et Buyanjargal (2013). Ces auteurs ont trouvé qu'il y avait une relation négative entre la perception à l'égard de l'utilisation que son partenaire fait des réseaux sociaux et l'intimité, mais qu'il n'y avait pas de relation significative entre l'utilisation personnelle du réseau social et l'intimité dans le couple. Plus particulièrement, l'intimité sociale, l'intimité sexuelle, l'intimité intellectuelle ainsi que l'intimité récréative sont négativement reliées à l'utilisation des réseaux sociaux par le partenaire. Selon la théorie de l'amour utilisé par Hand et ses collègues (2013) dans leur étude, l'intimité sociale réfère au fait que le couple s'adonne à des activités ensemble en compagnie de leurs amis et le développement d'amis communs. L'intimité sexuelle représente les activités sexuelles à l'intérieur de l'union ainsi que le fait d'être à l'aise avec son partenaire en ce qui a trait à la sexualité. L'intimité intellectuelle, quant à elle, représente le partage des pensées et des aptitudes intellectuelles de chacun des partenaires. Finalement, l'intimité récréative se traduit par le partage des loisirs et par le désir de passer ses temps libres avec son partenaire (Hand et al., 2013).

Une autre étude, effectuée par Camirand et Poulin (2016), a montré que le fait de ressentir une plus grande intimité envers son partenaire amoureux est associé

négalement au temps passé sur Facebook. Cette étude a été réalisée au Québec auprès d'adultes émergents, ce qui fait de cette étude une référence pertinente pour ce présent essai. Par ailleurs, Morey, Gentzler, Creasy, Oberhauser et Wesrerman (2013) ont effectué une étude sur le lien entre la qualité de la relation amoureuse, les modes de communication avec les nouvelles technologies ainsi que le style d'attachement des partenaires. Comme l'intimité est un aspect important de la qualité de la relation amoureuse, ces auteurs ont démontré que, pour les personnes ayant un attachement insécurisé de type anxieux, une plus grande fréquence d'utilisation des médias sociaux était liée à une plus grande intimité envers leur partenaire (Morey et al., 2013). Cependant, cela semble être vrai seulement pour ceux ayant un attachement anxieux, puisqu'il n'y a pas de corrélation significative pour ceux ayant un autre type d'attachement (Morey et al., 2013).

Certains auteurs affirment que l'intimité avec ses amis et l'intimité avec son partenaire amoureux est relativement semblable (Mehta, Walls, Scherer, Feldman, & Shrier, 2016; Sprecher & Regan, 2002). Ces auteurs soutiennent que ces relations ont beaucoup de points communs reliés à l'intimité tels que l'acceptation de l'autre, l'ouverture, la confiance, la collaboration et la réciprocité (Mehta et al., 2016). Effectivement, ces deux types de relations sont caractérisés par des échanges égaux, par l'expression des pensées et des sentiments et ce sont des relations où les deux partenaires ont choisi d'être ensemble (Sprecher & Regan, 2002). Parmi les recherches réalisées sur l'intimité dans les relations amicales et l'utilisation de Facebook, Park, Jin et Jin (2011) ont démontré que l'utilisation de Facebook peut augmenter les sentiments

d'intimité dans les relations par le biais de la révélation de soi. Plus particulièrement, c'est le nombre de révélations de soi ainsi que le fait de faire des révélations de soi positives qui seraient liés positivement avec l'intimité. Dans le même sens, Moore (2014) et Cline (2013) ont montré que l'utilisation de Facebook est positivement corrélée avec le niveau d'intimité dans les relations en général. Cela semble donc indiquer que ce réseau social est capable de répondre aux besoins d'intimité des adultes émergents. Cependant, des auteurs ont trouvé des limites au dévoilement de soi en ligne et concluent que différemment des relations hors ligne, la divulgation de soi honnête et intentionnée sur les réseaux sociaux ne semble pas avoir autant d'importance sur l'intimité ressentie dans la relation puisqu'aucun lien significatif n'est trouvé (Park et al., 2011). De plus, Cline (2013) a aussi trouvé une corrélation positive entre l'utilisation de Facebook et une préférence pour les interactions en ligne, suggérant que plus une personne utilise Facebook, plus elle se met à apprécier les relations en ligne et cela pourrait diminuer le développement de l'intimité en face à face.

D'autres auteurs se sont intéressés plus précisément aux types d'utilisation sur Facebook qui sont associés le plus avec l'intimité. Wee et Lee (2017) ont trouvé que c'est lorsqu'un ami commente une publication sur Facebook qu'il existe la corrélation positive la plus forte. Cela veut donc dire que les utilisateurs se sentent plus proches des amis qui commentent leurs publications Facebook. Par contre, le contraire n'a pas été démontré puisque le fait que le répondant commente la publication d'un ami n'est pas lié significativement avec son degré d'intimité (Wee & Lee, 2017). De surcroît, recevoir un

message instantané d'un ami est aussi lié positivement avec l'intimité, alors que d'écrire un message instantané à un ami est lié négativement avec l'intimité. Ce qui est surprenant avec les résultats de cette étude, c'est que l'utilisation la plus fréquente de Facebook, c'est-à-dire d'utiliser la mention j'aime, ne semble pas être lié à l'intimité. En effet, le fait de mettre un « j'aime » sur les publications des autres ainsi que les autres utilisent la mention j'aime sur les publications des participants ne sont pas associé significativement à l'intimité (Wee & Lee, 2017). Toutefois, cette étude a été effectuée en Corée du Sud et elle ne comporte que 36 participants en majorité des femmes âgées dans la vingtaine. Ces aspects limitent la généralisation des résultats, mais cela permet tout de même de supposer que ce n'est pas tous les types d'utilisation de Facebook qui sont liés à l'intimité dans les relations amicales.

Par contre, Camirand et Poulin (2016) ont étudié le lien entre Facebook et l'intimité selon les différents types de relation et ils sont arrivés à des résultats contradictoires entre les relations amoureuses et amicales. En effet, l'intimité avec son partenaire est corrélée négativement avec le temps passé sur Facebook, alors que l'intimité avec son meilleur ami est corrélée positivement avec le temps passé sur Facebook. De plus, l'intimité avec le meilleur ami est aussi liée avec la fréquence de participation aux activités sur Facebook, alors qu'il n'y a pas de lien significatif avec l'intimité dans les relations amoureuses. Lee, Gillath et Miller (2019) ont obtenu des résultats semblables. Effectivement, ces auteurs ont trouvé que le dévoilement de soi sur Facebook est lié négativement à l'intimité dans une relation de couple, mais est lié positivement à l'intimité

dans une relation d'amitié. Par ailleurs, le type de dévoilement de soi, qui peut être orienté sur soi ou sur les relations avec les autres ainsi que la portée du dévoilement de soi, qui peut être vu par plusieurs centaines de personnes sur les réseaux sociaux, sont des aspects qui ont un impact sur l'intimité (Lee et al., 2019). Plus précisément, un dévoilement de soi concernant sa relation amoureuse ainsi que les messages pouvant être vus par moins de 25 personnes étaient plus bénéfiques pour l'intimité dans la relation amoureuse (Lee et al., 2019). Pour cette raison, il est important d'étudier précisément le lien entre l'utilisation de Facebook et l'intimité dans les relations de couple puisqu'il peut être difficile de la comparer avec les autres types de relation.

Malgré le fait qu'aucune autre étude ne lie directement l'intimité au sein du couple et le réseau social Facebook, certains auteurs ont fait des recherches sur le lien entre l'intimité romantique et d'autres technologies numériques. En effet, Kerkhof et ses collègues (2011) ont montré que l'utilisation compulsive d'Internet est associée négativement à l'intimité dans le couple. Cependant, selon cette même étude, ce n'est pas la fréquence de l'utilisation qui est associée négativement, mais bien les symptômes compulsifs liés à la dépendance à Internet (Kerkhof et al., 2011). Cela veut donc dire que les personnes qui utilisent Internet plus compulsivement ressentent moins d'intimité envers leur partenaire amoureux et cela s'accroît avec le temps. Cependant, cette étude ne peut pas être généralisée à l'utilisation des réseaux sociaux puisque l'utilisation d'Internet est beaucoup plus inclusive. Effectivement, cela peut comprendre l'utilisation des réseaux sociaux, la consultation des courriels, la consommation de pornographie et

beaucoup plus. Une autre étude montre que les personnes ayant une relation amoureuse qui a lieu seulement sur Internet et où il n'y a pas de contact physique avec le partenaire ressentent significativement moins d'intimité que ceux ayant une relation amoureuse hors ligne (Haack & Falcke, 2014).

D'autres auteurs se sont inspirés de l'étude de Hand et ses collègues (2013) et ont évalué le lien entre l'intimité dans les relations de couple et l'utilisation multitâche des téléphones intelligents. Dans ce contexte, l'utilisation multitâche représente le fait d'être attentif à plus d'un flux de contenu en même temps, qui peut provenir des messages instantanés, des informations sur les réseaux sociaux, les courriels, tout en ayant une interaction en face à face avec son partenaire (Amichai-Hamburger & Etgar, 2016). Les résultats laissent voir la présence d'une relation négative entre la perception de l'utilisation multitâche du partenaire et l'intimité dans le couple, ce qui veut dire que plus le partenaire utilise son téléphone en multitâche, moins le participant ressent de l'intimité envers son partenaire. Cependant, tout comme les résultats de Hand et ses collègues (2013), ceci est seulement vrai pour la perception de l'utilisation que son partenaire fait de son téléphone intelligent et non pas pour l'utilisation personnelle des participants. De plus, Amichai-Hamburger et Etgar (2016) ont trouvé que cette relation négative est significative lorsque le participant croit que son partenaire utilise son téléphone intelligent pour des sujets personnels puisqu'elle n'est pas significative lorsque cela touche des sujets partagés. Cependant, cette étude a été réalisée en Israël, ce qui peut limiter la portée des résultats.

Par ailleurs, Kirkpatrick (2007) s'est intéressé aux avantages de l'utilisation des modes de communication via un ordinateur pour les relations amoureuses à distance par rapport à ceux ne vivant pas ce type de relation. Il a montré que le nombre d'interactions via l'ordinateur est corrélé positivement à l'intimité, chez les couples vivant une situation de longue distance, alors que le nombre d'interactions est lié négativement à l'intimité pour ceux étant proches de leur partenaire. Il n'y avait pas de différence significative au départ au niveau de l'intimité entre les deux groupes, soit ceux vivant près de leur partenaire et ceux vivant loin de leur être cher (Kirkpatrick, 2007). Cela suggère donc que de communiquer via l'ordinateur est profitable pour ceux en relation à distance, mais pas pour les autres. De plus, la durée de l'interaction a aussi une relation négative avec l'intimité, suggérant que l'intimité peut se développer grâce à de courtes et simples interactions avec l'être aimé (Kirkpatrick, 2007). Cependant, le domaine des nouvelles technologies évolue très rapidement et les méthodes de communication utilisées en 2007 sont déjà loin derrière et ont été remplacées par des méthodes permettant de ressembler de plus en plus aux interactions en face à face.

Utilisation de Facebook et passion

La littérature liant l'utilisation de Facebook et la passion est pratiquement inexistante et il n'y a que quelques études liant la passion dans une relation de couple et une utilisation d'Internet plus générale. C'est entre autres le cas de Haack et Falcke (2014) qui ont étudié les trois variables de la théorie triangulaire de Sternberg. Ces auteurs ont montré qu'il ne semble pas avoir de différence significative en ce qui a trait à la passion

entre les personnes ayant une relation amoureuse exclusivement en ligne et ceux ayant une relation amoureuse hors ligne (Haack & Falcke, 2014).

Par ailleurs, Kerkhof et ses collaborateurs (2011) ont montré que bien que la fréquence d'utilisation d'Internet ne soit pas liée significativement à la passion, l'utilisation compulsive d'Internet semble l'être. Effectivement, l'utilisation compulsive d'Internet, caractérisée par un manque de contrôle face à l'utilisation du Web et des symptômes négatifs lorsque son utilisation est impossible, est liée négativement avec la passion. Ces auteurs ont aussi étudié ces aspects de façon longitudinale et ils ont trouvé que cette relation négative est encore présente un an après la première prise de données (Kerkhof et al., 2011). En d'autres mots, cela veut dire que plus la personne est dépendante d'Internet, moins elle ressent de passion envers son partenaire et cela semble se poursuivre dans le temps. Leurs analyses longitudinales ont aussi montré que la fréquence d'utilisation d'Internet était reliée à l'augmentation de la passion dans le couple après un certain temps (Kerkhof et al., 2011). Ces résultats montrent donc que ce n'est pas la fréquence d'utilisation qui est délétère pour la relation, mais bien l'utilisation compulsive d'Internet, d'où l'importance d'étudier la dépendance à Facebook avec la passion au sein du couple.

Utilisation de Facebook et satisfaction conjugale

La recherche sur le lien entre l'utilisation de Facebook et la satisfaction conjugale est encore à ses débuts. Plusieurs études se sont plutôt concentrées sur les plateformes de

rencontre que sur l'utilisation de ce média social. En effet, une étude québécoise a été réalisée par Bouchard et Lussier (2006) avec un échantillon de Québécois ayant rencontré leur partenaire amoureux en ligne grâce à des sites de rencontres, par clavardage ou par courriel. Cette étude montre que 84,2 % de leur échantillon se dit satisfait de leur relation de couple et ces relations sont décrites comme étant profondes. De plus, Cacioppo, Cacioppo, Gonzaga, Ogburn et VanderWeele (2013) ont trouvé que les couples qui se sont rencontrés en ligne rapportent une meilleure satisfaction conjugale que les couples qui se sont rencontrés hors-ligne et cette différence reste significative après avoir contrôlé plusieurs variables comme l'âge, le sexe et les années de mariage. Cependant, ces auteurs n'ont pas distingué les différents moyens de rencontrer quelqu'un en ligne et ceux-ci peuvent être très différents les uns des autres. L'étude sur l'utilisation des réseaux sociaux plus précisément restait donc à faire et c'est ce que Hall (2014) a effectué. Effectivement, les résultats montrent que les couples qui se sont rencontrés sur les médias sociaux ne sont pas plus à risque de séparation et ont une satisfaction égale ou supérieure à ceux s'étant rencontrés d'une autre façon en ligne. De plus, Hall (2014) a montré que les membres d'un couple qui se sont rencontrés sur les médias sociaux ont une meilleure satisfaction conjugale que ceux qui se sont rencontrés hors ligne, et ce, en contrôlant pour les variables démographiques. Cette relation reste tout de même à être examinée davantage puisque l'auteur ne propose pas d'hypothèses sur ce qui pourrait expliquer ces résultats.

Cependant, la satisfaction conjugale pourrait dépendre de l'utilisation qui est faite des réseaux sociaux. En effet, chez les hommes, le fait d'indiquer être en couple dans son

statut relationnel sur Facebook serait lié avec une meilleure satisfaction conjugale chez eux et leur partenaire (Papp et al., 2012). Chez les femmes, se mettre en couple sur Facebook est lié à une meilleure satisfaction personnelle, mais pas à celle de leur partenaire. Le fait de publier une photo de profil avec son partenaire est lié à une meilleure satisfaction personnelle ainsi qu'à celle de son partenaire lorsque c'est la femme qui publie cette photo, alors qu'il ne semble pas avoir de lien avec la satisfaction lorsque c'est l'homme (Papp et al., 2012). De plus, l'utilisation des textos et des médias sociaux pour exprimer de l'affection chez les hommes est associée positivement avec leur satisfaction conjugale (Schade, Sandberg, Bean, Busby, & Coyne, 2013). Chez les femmes, l'utilisation des technologies numériques pour réguler la relation est associée négativement à leur satisfaction conjugale. L'utilisation des technologies numériques par les hommes afin de blesser leur partenaire est associée négativement avec leur satisfaction conjugale ainsi que celle de leur partenaire (Schade et al., 2013). De surcroît, Elphinston et Noller (2011) ont trouvé que ce n'est pas le temps passé sur Facebook qui est lié avec la satisfaction conjugale, mais bien les comportements intrusifs. Les comportements intrusifs décrits par ces auteurs font référence aux symptômes de dépendance à Facebook. Plus précisément, la dépendance à Facebook est liée indirectement à l'insatisfaction conjugale via la jalousie et les comportements de surveillance (Elphinston & Noller, 2011). Selon Papp et ses collègues (2012), les désaccords dans le couple

concernant l'indication du statut relationnel sur Facebook sont liés avec un niveau plus faible de satisfaction chez les femmes, mais pas chez les hommes.

Quelques auteurs affirment que c'est plutôt la satisfaction conjugale qui influence l'utilisation de Facebook. Effectivement, les résultats de Saslow et ses collègues (2013) confirment que la satisfaction conjugale est corrélée avec le fait de publier une photo de profil avec son partenaire. À l'aide d'une régression, ces auteurs ont toutefois montré que la publication d'une photo avec son partenaire est prédite significativement par la satisfaction conjugale, et ce, tout en prenant compte des covariables telles que la joie, la personnalité et l'attachement (Saslow et al., 2013). Avec un échantillon canadien provenant d'une petite université de l'Ontario, il a été démontré que les participants qui avaient une meilleure satisfaction conjugale avaient plus de chance de publier une photo avec leur partenaire et avaient des partenaires qui avaient plus de chance de faire de même (Saslow et al., 2013). Ainsi, pour chaque point d'augmentation de la satisfaction conjugale, les participants et leurs partenaires avaient deux fois plus de chance de publier une photo de couple.

Hypothèses de recherche

Les recherches concernant l'utilisation des réseaux sociaux et les relations de couple semblent montrer qu'il existe effectivement une inter influence des activités en ligne et de la vie hors ligne. Les jeunes adultes sont particulièrement touchés par cette influence de la réalité virtuelle parce qu'ils sont de très grands utilisateurs des réseaux

sociaux, mais aussi parce qu'ils sont dans une période de découverte concernant les trois composantes de l'amour, soit l'engagement, l'intimité et la passion. Les résultats des recherches à ce sujet sont très nuancés et peu nombreux. Effectivement, certains auteurs montrent qu'il y a des impacts positifs entre l'utilisation des réseaux sociaux et l'engagement ainsi que l'intimité (Kirkpatrick, 2007; Toma & Choi, 2015), alors que d'autres tendent plus vers des impacts négatifs (Haack & Falcke, 2014; Hand et al., 2013). En ce qui concerne la passion, les quelques auteurs à s'intéresser au sujet n'ont pas obtenu de résultats significatifs (Haack & Falcke, 2014).

Cet essai doctoral vise à approfondir l'état des connaissances concernant l'utilisation de Facebook et trois composantes de l'amour (passion, engagement et intimité). Différents indicateurs reliés à l'utilisation de Facebook seront pris en compte comme la dépendance, le dévoilement de soi, le statut Facebook ainsi que les comportements de cyberinfidélité. Les résultats les plus consistants découlant des études précédentes concernant l'utilisation de Facebook et d'Internet en général permettent de formuler huit hypothèses de recherche.

Dans un premier temps, quatre hypothèses répondent à l'objectif de clarifier le lien entre l'utilisation de Facebook et l'engagement dans la relation conjugale. Il est attendu que l'engagement soit positivement corrélé avec le statut relationnel (en couple ou non) affiché sur Facebook, mais qu'il soit négativement corrélé avec le nombre d'heures passées sur le réseau social, aux comportements de cyberinfidélité et la dépendance à

Facebook. Le lien entre l'engagement et le dévoilement de soi sur Facebook sera vérifié de façon exploratoire.

Dans un deuxième temps, quatre hypothèses ciblent la vérification des liens existants entre l'intimité dans le couple et l'utilisation de Facebook. Il est espéré que l'intimité soit positivement liée au dévoilement de soi sur Facebook, mais négativement liée avec le nombre d'heures passées sur le réseau, les comportements de cyberinfidélité ainsi que la dépendance à Facebook. Le lien entre l'intimité et le statut relationnel sur Facebook sera vérifié de façon exploratoire.

Dans un troisième temps, il y a lieu de vérifier, de façon exploratoire, le lien entre la passion et différentes utilisations de Facebook, puisque très peu d'études se sont penchées sur ces concepts. Puisqu'il est prématuré de formuler des hypothèses de recherche, nous allons vérifier si la passion est liée au statut relationnel, au nombre d'heures passées, aux comportements de cyberinfidélité, à la dépendance à Facebook et au dévoilement de soi. Une première question de recherche est donc formulée. Est-ce que la passion est liée avec les différents aspects de l'utilisation de Facebook?

Dans un quatrième temps, il sera aussi question d'explorer si les attitudes amoureuses hors ligne d'engagement, d'intimité et de passion expliquent un pourcentage significatif de la variance associée à l'ensemble des indicateurs reliés à l'utilisation de Facebook (statut relationnel, nombre d'heures d'utilisation, dépendance, dévoilement de

soi, comportements de cyberinfidélité). Cela amène alors une deuxième question de recherche. Est-ce que les composantes de l'amour permettent de prédire l'utilisation de Facebook?

Enfin, des analyses de médiation seront effectuées de façon exploratoire afin de vérifier si les aspects de l'utilisation de Facebook comme le statut relationnel sur le réseau, la dépendance, le dévoilement de soi ainsi que les comportements de cyberinfidélité peuvent avoir un effet médiateur dans la relation entre les composantes de l'amour (intimité, passion, engagement) et la satisfaction conjugale. Une troisième question de recherche est donc soulevée. Est-ce que les différents indicateurs de l'utilisation de Facebook peuvent avoir un effet médiateur sur la relation entre les composantes de l'amour et la satisfaction conjugale?

Méthode

Cette section a pour but de détailler la méthode utilisée dans la réalisation de la présente étude. Elle est divisée en trois parties, soit la description des participants, la description des instruments de mesure utilisés ainsi que le déroulement de l'étude.

Participants

L'échantillon de la présente étude provient d'un échantillon initial de 1252 participants dont 115 participants ont été retirés puisqu'ils présentaient plusieurs données manquantes et 411 participants qui ne répondaient pas aux critères d'inclusion. Les critères d'inclusion de la présente étude étaient d'être âgé entre 18 et 27 ans, d'être en couple et d'être inscrit sur Facebook. L'échantillon final est composé de 726 jeunes adultes âgés entre 18 et 27 ans, la moyenne d'âge se situant à 21,18 ans ($ET = 2,32$). L'échantillon est composé, plus spécifiquement de 15,4 % âgés de 18 ans, 15,6 % âgés de 19 ans, 12,8 % âgés de 20 ans, 10,6 % âgés de 21 ans, 13,2 % âgés de 22 ans, 13,4 % âgés de 23 ans, 9,4 % âgés de 24 ans, 8,1 % âgés de 25 ans, 1,0 % âgés de 26 ans et 0,6 % âgés de 27 ans. La grande majorité de l'échantillon est de sexe féminin, représentant 79,9 %, contre 20,1 % d'homme. Pour ce qui est du niveau de scolarité des participants, il varie entre le secondaire 2 et le doctorat et le niveau le plus fréquemment terminé ou en cours

est le niveau collégial représentant 33,6 % de l'échantillon. La grande majorité des participants (c'est-à-dire 78,9 % de l'échantillon) occupent un emploi; en outre, ceux-ci travaillent, en moyenne, entre 11 heures et 20 heures par semaine.

Parmi les participants, 45,9 % se disent en relation de fréquentation, 47,1 % disent être en cohabitation ou mariés et 7,0 % disent être en relation de couple non exclusive ou intermittente. Les participants sont avec leur partenaire, en moyenne, depuis un an à un an et demi, mais la durée des relations se situe entre moins d'un mois et plus de dix ans. Les participants se disent en majorité hétérosexuels (86,9 %), 2,5 % sont homosexuels, 7,9 % sont bisexuels et 2,8 % sont encore indécis face à leur orientation sexuelle. Parmi les membres de l'échantillon, qui est composé en entier de personnes en relation amoureuse étant actives sur Facebook, 63,6 % ont mis leur statut Facebook « en couple ». Les participants disent avoir, en moyenne, entre 300 et 400 amis sur Facebook et ils indiquent passer entre une heure et trois heures par jour, en moyenne, sur le réseau social Facebook.

Instruments de mesure

Les participants de la présente étude ont répondu à plusieurs instruments de mesure dans un questionnaire en ligne. Seulement quelques instruments de mesure seront utilisés dans cet essai afin de répondre aux questions de recherche (voir appendice). Les mesures de l'intimité, de la passion et de l'engagement dans le couple composant la

théorie de l'amour triangulaire de Sternberg, la dépendance à Facebook ainsi que la satisfaction conjugale seront décrites.

Questionnaire sur les composantes de l'amour

Le questionnaire utilisé pour mesurer les trois composantes de la théorie de l'amour triangulaire de Sternberg est une version abrégée de neuf items (Ahmetoglu, Swami, & Chamorro-Premuzic, 2010), donc trois items pour chacune des trois composantes (engagement, intimité et passion). Ahmetoglu et ses collègues (2010) ont adapté le questionnaire de Lemieux et Hale (1999) afin d'obtenir une échelle de mesure plus concise contenant neuf items au lieu des vingt items originaux. Chaque item du questionnaire a une échelle de réponse en cinq points où 0 équivaut à pas du tout et 4 équivaut à extrêmement. Les items 6, 7 ainsi que 9 doivent être inversés. Plus la cote est élevée, plus la composante évaluée est présente dans la relation conjugale. Les indices de fiabilité ont été mesurés auprès d'un échantillon de 689 adultes francophones par Lussier (2019). Les alphas de Cronbach étaient de 0,69 pour l'intimité, 0,87 pour la passion et 0,77 pour l'engagement. Dans la présente étude, les alphas de Cronbach sont de 0,50 pour l'intimité, de 0,78 pour la passion et de 0,77 pour l'engagement.

Dépendance à Facebook

Le questionnaire utilisé dans la présente étude pour mesurer la dépendance à Facebook est un questionnaire maison. Ce questionnaire a été construit en se basant sur la documentation scientifique concernant la dépendance à Facebook ainsi qu'en se basant

sur la méthode qu'ont utilisée Andreassen, Torsheim, Brunborg et Pallesen (2012) pour créer le *Bergen Facebook Addiction Scale*, qui est un instrument de mesure valide. Un questionnaire a été créé puisqu'il n'existait pas de version traduite et validée des présents questionnaires et afin que les questions soient plus adaptées à la population de jeunes adultes. Il comprend huit énoncés pouvant être répondus avec une échelle de type Likert à six points allant de fortement en désaccord à fortement en accord. « Je suis incapable de réduire mon temps passé sur Facebook » et « Mon travail ou mes études souffrent de mon utilisation de Facebook (je suis moins performant(e)) » sont des exemples d'items utilisés dans cet instrument de mesure. Plus le score est élevé, plus il y a une dépendance à Facebook. L'analyse de cohérence interne révèle un alpha de Cronbach de 0,79, ce qui est satisfaisant.

Satisfaction conjugale

Afin de mesurer la satisfaction conjugale, une question a été créée en s'inspirant de l'échelle d'ajustement dyadique de Spanier (1976) qui est un instrument de mesure validé. Les participants devaient répondre à la question « Actuellement, comment te sens-tu par rapport à ta relation amoureuse ? » à l'aide d'une échelle de Likert à sept points allant d'extrêmement malheureux à parfaitement heureux. Plus le score est élevé, plus grande est la satisfaction conjugale du participant.

Autres questions pertinentes

D'autres questions ne faisant pas partie d'un instrument de mesure ont aussi été utilisées afin d'évaluer certains aspects de l'utilisation de Facebook. Entre autres, les participants devaient indiquer s'ils ont affiché publiquement sur Facebook qu'ils étaient en couple avec leur partenaire. De plus, le nombre d'heures consacrées par jour sur Facebook et les autres réseaux sociaux a été évalué. Le dévoilement de soi sur les réseaux sociaux a aussi été mesuré avec la question suivante : « À quel point est-ce que tu utilises les réseaux sociaux en ligne pour révéler des choses personnelles de toi à d'autres ? » se répondant entre « jamais » et « très souvent ». Par ailleurs, la cyberinfidélité a été évaluée grâce à deux questions afin de mesurer l'infidélité émotionnelle et l'infidélité sexuelle sur les réseaux sociaux. L'infidélité émotionnelle a été mesurée grâce à la question : « As-tu déjà flirté sur Internet avec une autre personne que ton partenaire amoureux alors que tu étais déjà en couple ? ». Pour ce qui est de l'infidélité sexuelle, une question a été utilisée soit : « As-tu déjà eu des échanges à caractères sexuels (verbales ou par caméra) sur Internet avec une autre personne que ton partenaire amoureux alors que tu étais en couple (par exemple, se caresser ou regarder quelqu'un se caresser) ? ». Ces deux questions se répondaient de façon dichotomique, soit par un oui ou un non.

Déroulement

La collecte des données de cet essai s'est faite exclusivement par le biais de questionnaires autorapportés en ligne. Puisque les données sont issues d'une collecte de données de plus grande envergure, des participants âgés entre 15 et 27 ans étaient

recherchés. Afin d'avoir un grand nombre de participants, plusieurs stratégies de recrutement ont été utilisées. Premièrement, les participants ont été rejoints par le biais du réseau social Facebook de l'étudiante rédigeant cet essai ainsi que sur la page du laboratoire de recherche du directeur de recherche affilié en demandant de partager la publication dans le but d'avoir un effet boule de neige. Deuxièmement, des affiches avec le lien vers le questionnaire ont été mises à plusieurs endroits sur le campus de l'Université du Québec à Trois-Rivières ainsi qu'au CÉGEP de Shawinigan. Des petites cartes avec le lien vers le questionnaire en ligne ont aussi été remises directement dans quelques classes du CÉGEP de Shawinigan. Finalement, une dernière stratégie utilisée est le contact par courriel de participants d'une étude précédente qui avaient donné leur consentement pour pouvoir les recontacter pour des études futures. La collecte de données a eu lieu à partir du mois de février 2018 jusqu'au mois de juin 2018. Le questionnaire a été créé et partagé grâce à la plateforme en ligne SurveyMonkey® et le projet de recherche global a été approuvé par le Comité d'Éthique de la Recherche de l'Université du Québec à Trois-Rivières. Comme l'intérêt de cette recherche est l'utilisation de Facebook, les participants devaient absolument utiliser ce réseau social afin de pouvoir participer.

La complétion du questionnaire durait environ 20 à 25 minutes et les participants devaient le remplir seuls. La première page du questionnaire présentait le formulaire de consentement expliquant aux participants les buts ainsi que les implications de cette recherche. Ils devaient absolument donner leur consentement afin de pouvoir continuer le questionnaire, ce qui fait en sorte que toutes les personnes de l'échantillon ont donné leur

accord. Une fois le consentement accepté, les différents questionnaires défilaient un à la suite de l'autre. L'ordre des questionnaires était le même pour tous les participants. Afin de pouvoir changer de section du questionnaire, toutes les questions devaient être répondues, mais les personnes pouvaient fermer le questionnaire à tout moment ce qui a créé quelques réponses incomplètes qui ont été supprimées.

Afin d'inciter la participation, les répondants avaient la chance de gagner un des 10 chèques de 50 dollars lorsque le questionnaire était complété en entier. Afin d'assurer la confidentialité des réponses des participants, un lien différent pour le tirage était inscrit à la fin du questionnaire. Les participants devaient donc inscrire leur adresse courriel dans un autre questionnaire totalement différent du premier, lui aussi étant sur SurveyMonkey®. Cela permettait de dissocier complètement les informations de la personne de ses réponses. Afin de déterminer les gagnants, un numéro a été assigné à chaque participant et un tirage de numéro au sort à l'aide d'un site Internet a été effectué. Les gagnants ont été contactés par courriel en leur annonçant leur prix et leur demandant leur adresse postale afin de leur faire parvenir le chèque.

Résultats

Cette section présente les résultats de l'étude en lien avec les hypothèses de départ. En premier lieu, les analyses descriptives des variables à l'étude soient les composantes de l'amour de Sternberg, la satisfaction conjugale ainsi que certains aspects de l'utilisation de Facebook seront présentées. En deuxième lieu, l'ensemble des corrélations entre ces variables sera exposé afin de répondre aux huit premières hypothèses. Ensuite, les analyses de régression permettant de prédire les différentes utilisations de Facebook grâce aux composantes de l'amour seront présentées. En dernier lieu, des analyses de médiation entre les composantes de l'amour et la satisfaction conjugale par le biais des différentes utilisations de Facebook seront effectuées dans une perspective exploratoire.

Analyses descriptives

Cette section montre comment se distribue l'échantillon de jeunes adultes selon l'intimité, la passion, l'engagement, la satisfaction conjugale ainsi que la dépendance à Facebook, la cyberinfidélité, le statut relationnel sur Facebook et le dévoilement de soi sur le réseau social. Comme plusieurs études semblent montrer une différence entre les hommes et les femmes, ceux-ci ont été analysés séparément. Le Tableau 1 présente les moyennes et les écarts-types pour les variables à l'étude.

Tableau 1
Moyennes et écarts-types des variables selon le sexe (N = 726)

	Échantillon total		Hommes		Femmes		
Variable	<i>M</i>	<i>ÉT</i>	<i>M</i>	<i>ÉT</i>	<i>M</i>	<i>ÉT</i>	<i>t</i>
Intimité	4,19	0,69	4,14	0,72	4,21	0,68	-1,01
Passion	4,38	0,64	4,45	0,68	4,36	0,63	1,54
Engagement	4,06	0,86	3,98	0,92	4,08	0,85	-1,37
Satisfaction conjugale	6,39	1,32	6,36	1,30	6,39	1,32	-0,25
Dépendance à Facebook	2,87	0,88	2,57	0,83	2,95	0,88	-4,72***
Dévoilement de soi	1,50	0,58	1,46	0,59	1,51	0,58	-0,98

* $p < 0,05$. ** $p < 0,01$. *** $p < 0,001$.

En ce qui a trait aux composantes de l'amour de Sternberg, les analyses de comparaison de moyennes révèlent qu'il n'y a pas de différence entre les hommes et les femmes. En moyenne, les participants disent avoir un niveau élevé d'intimité, de passion et d'engagement avec leur partenaire (échelle variant de 1 à 5), bien que l'engagement soit un peu plus faible que les deux autres. Pour ce qui est de la satisfaction conjugale, les analyses ne révèlent pas de différence entre les hommes et les femmes et le niveau de satisfaction est élevé (échelle variant de 1 à 7). Pour la dépendance à Facebook, il y a une différence significative entre les hommes et les femmes ($t(723) = -4,72, p < 0,001$). Les

femmes sont davantage dépendantes à ce réseau social, mais en moyenne les participants sont faiblement dépendants de Facebook (échelle variant de 1 à 6). Pour ce qui est du dévoilement de soi, il n'y a pas de différence selon le sexe et les participants utiliseraient rarement ce réseau pour dévoiler des choses personnelles sur eux (échelle variant de 1 à 4). Les résultats sur la cyberinfidélité montrent que la majorité de l'échantillon n'a pas commis de gestes d'infidélité émotionnelle (72,4 %) ni d'infidélité sexuelle (88,8 %) et les tests de chi carré montrent qu'il n'existe pas de différence entre les hommes et les femmes tant pour l'infidélité émotionnelle ($\chi^2(1, 704) = 0,40, p = 0,53$) que sexuelle ($\chi^2(1, 705) = 0,21, p = 0,64$). En ce qui a trait au statut relationnel, la majorité (63,9 %) des gens ont indiqué avoir affiché être en couple sur Facebook. Le test de chi carré ($\chi^2(1, 723) = 0,61, p = 0,44$) ne montre aucune différence significative entre les hommes et les femmes quant à cette dernière variable.

Vérification des hypothèses de recherche

Des analyses de corrélations entre les variables à l'étude sont présentées au Tableau 2 afin de répondre aux huit premières hypothèses ainsi qu'à la première question de recherche. Les liens entre les composantes de l'amour et certaines utilisations de Facebook comme le statut relationnel sur Facebook, le nombre d'heures passées sur le réseau, les comportements de cyberinfidélité, la dépendance, le dévoilement de soi ainsi que la satisfaction conjugale sont calculés. Enfin, des régressions seront effectuées afin de vérifier si les composantes de l'amour permettent de prédire les différents aspects de l'utilisation de Facebook.

En premier lieu, puisque dans plusieurs études sur les relations de couple et les technologies numériques (p ex., Cacioppo et al., 2013; Nongpong & Charoensukmongkol, 2016; Toma & Choi, 2015), le sexe et la durée de la relation sont traités comme des variables contrôles, des corrélations sont calculées entre celles-ci et les huit variables à l'étude. Les résultats indiquent que le sexe des participants est seulement associé significativement à la dépendance à Facebook ($r = 0,17, p < 0,001$). Concernant la durée de la relation, elle est corrélée significativement à la cyberinfidélité sexuelle ($r = -0,14, p < 0,001$). Également, elle est reliée au statut relationnel sur Facebook ($r = 0,40, p < 0,001$). Ce lien est le seul à être suffisamment élevé ($r \geq 0,30$) pour que la durée de la relation soit considérée comme une variable contrôle (Cohen, 1992). Donc, le sexe ne sera pas retenu comme variable contrôle dans les prochaines analyses et la durée de la relation sera utilisée uniquement comme variable contrôle dans les analyses visant à expliquer le statut relationnel sur Facebook.

Les quatre premières hypothèses stipulent que l'engagement est positivement corrélé avec le statut relationnel sur Facebook et qu'il est négativement corrélé avec le nombre d'heures passées sur le réseau social, aux comportements de cyberinfidélité et la dépendance à Facebook. L'examen des résultats montre que l'engagement dans le couple est négativement corrélé à la cyberinfidélité émotionnelle et sexuelle ainsi qu'à la dépendance à Facebook. Lorsque la durée de la relation est contrôlée pour la variable du statut relationnel, les résultats montrent que l'engagement est positivement corrélé au statut relationnel ($r = 0,20, p < 0,001$). Dans l'ensemble, les corrélations entre

l'engagement et la cyberinfidélité émotionnelle, le statut relationnel et la dépendance à Facebook sont faibles et celle avec l'infidélité émotionnelle est moyenne. La corrélation entre l'engagement et le nombre d'heures passées sur Facebook, bien que négative, n'est pas significative. Les hypothèses concernant le statut relationnel sur Facebook, les comportements de cyberinfidélité ainsi que la dépendance à Facebook sont donc confirmées et l'hypothèse sur le nombre d'heures passées sur le réseau est infirmée. Cela veut dire que les participants ayant un engagement plus élevé ont tendance à indiquer être en couple sur leur page Facebook, sont moins enclins à être cyberinfidèles et à être dépendants à Facebook. De façon exploratoire, une corrélation négative et significative, mais faible a été trouvée entre l'engagement dans la relation et le dévoilement de soi sur le réseau. Ainsi, plus la personne se perçoit engagée dans sa relation de couple, moins elle se dévoile sur Facebook.

Les quatre hypothèses sur l'intimité prédisent que cette composante sera positivement liée au dévoilement de soi sur Facebook, mais négativement liée avec le nombre d'heures passées sur le réseau, les comportements de cyberinfidélité ainsi que la dépendance à Facebook. Les corrélations obtenues montrent que l'intimité est négativement liée au dévoilement de soi, aux comportements de cyberinfidélité émotionnelle et sexuelle, au nombre d'heures passées sur Facebook ainsi qu'à la dépendance à Facebook. L'ensemble de ces corrélations sont faibles.

Tableau 2
Corrélations entre les variables à l'étude (N = 726)

Variable	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Intimité	0,34***	0,52***	0,43***	-0,08*	0,14***	-0,11**	-0,18***	-0,12**	-0,10**
2. Passion		0,41***	0,49***	-0,01	0,05	-0,15***	-0,15***	-0,01	-0,11**
3. Engagement			0,54***	-0,07	0,31***	-0,15***	-0,29***	-0,16***	-0,14***
4. Satisfaction conjugale				-0,06	0,16**	-0,14***	-0,21***	-0,10*	-0,13**
5. Nombre d'heures sur Facebook					0,03	0,38***	0,07	0,07	0,16***
6. Statut relationnel sur Facebook						0,05	-0,08*	-0,10**	-0,04
7. Dépendance à Facebook							0,15***	0,11**	0,28***
8. Infidélité émotionnelle								0,50***	0,20***
9. Infidélité sexuelle									0,22***
10. Dévoilement de soi									

* $p < 0,05$. ** $p < 0,01$. *** $p < 0,001$.

Les hypothèses sur la cyberinfidélité, la dépendance à Facebook et le nombre d'heures d'utilisation sont donc confirmées et l'hypothèse du dévoilement de soi est infirmée puisque le lien est négatif, mais significatif. En d'autres termes, cela veut dire que plus les personnes dans l'échantillon ont une forte intimité avec leur partenaire amoureux, moins elles ont tendance à dévoiler des informations personnelles sur Facebook, moins elles ont de comportements de cyberinfidélité, moins elles sont dépendantes de Facebook et moins elles utilisent longtemps ce réseau social. À titre exploratoire, le lien entre l'intimité et le statut relationnel, en contrôlant pour la durée de la relation, a été examiné et il en ressort une corrélation non significative ($r = 0,03, p > 0,05$).

Dans une perspective exploratoire, les liens entre la passion et les différents aspects de l'utilisation de Facebook tels que le statut relationnel, le nombre d'heures passées sur le réseau, les comportements de cyberinfidélité, la dépendance à Facebook et le dévoilement de soi ont été testés. Les analyses montrent que la passion est négativement liée à la dépendance à ce réseau, à l'infidélité émotionnelle ainsi qu'au dévoilement de soi. Ces corrélations sont faibles. Les corrélations avec le nombre d'heures passées sur Facebook, ainsi qu'avec la cyberinfidélité sexuelle ne sont pas significatives. Le résultat de la corrélation partielle en contrôlant pour la durée de la relation pour le statut relationnel sur Facebook montre une relation positive et significative, bien que faible, entre la passion et le statut relationnel sur Facebook ($r = 0,10, p < 0,05$). Les participants ayant plus de passion avec leur partenaire ont donc plus tendance à s'afficher en couple

sur Facebook et moins tendance à être dépendants de Facebook, à dévoiler des informations sur eux sur le réseau et à poser des gestes d'infidélité émotionnelle.

Afin de répondre à la deuxième question de recherche, des analyses de régression ont été effectuées en vue d'expliquer les différents comportements sur les réseaux sociaux (identification du statut relationnel sur Facebook, dépendance à ce réseau, dévoilement de soi et comportements de cyberinfidélité). Pour toutes les analyses, excepté l'analyse du statut relationnel sur Facebook, les trois composantes de l'amour (intimité, passion, engagement) sont entrées dans le modèle afin de déterminer leur contribution. Pour ce qui est de la régression visant à prédire le statut relationnel, la durée de la relation est prise en considération dans une première étape. Dans une deuxième étape, l'intimité, la passion et l'engagement seront ajoutés afin de vérifier leur contribution en contrôlant pour la durée de la relation.

Les résultats des régressions linéaires montrent que les composantes de l'amour sont des prédicteurs significatifs de la dépendance à Facebook ($F(3, 721) = 8,10; p < 0,001$). Les composantes de l'amour expliquent 3 % de la variance de la dépendance à Facebook. L'analyse des contributions uniques (une fois l'effet des autres variables contrôlé) laisse voir que seulement la passion ($\beta = -0,14, t(721) = -2,55; p < 0,05$) et l'engagement ($\beta = -0,09, t(721) = -2,02; p < 0,05$) sont associés significativement à la dépendance à ce réseau social. Cela veut donc dire que plus il y a de la passion et d'engagement dans le couple, moins il y a de chance d'être dépendant à Facebook.

En ce qui a trait au dévoilement de soi sur le réseau social, l'intimité, la passion et l'engagement, sont des variables prédictrices significatives ($F(3,707) = 5,76; p = 0,001$) et elles contribuent à expliquer 2 % de la variance associée au dévoilement de soi sur Facebook. L'analyse des contributions uniques de chaque composante montre que seulement l'engagement ($\beta = -0,07$) est lié significativement au dévoilement de soi sur Facebook ($t(680) = -2,13; p < 0,05$). En d'autres mots, plus l'engagement est élevé dans le couple, moins les gens se dévoilent sur le réseau social.

Des régressions logistiques ont été effectuées afin d'analyser les variables de cyberinfidélité puisque les réponses aux questions concernant ces variables sont dichotomiques (oui, non). En analysant les résultats, il en ressort que le modèle incluant les variables d'intimité, de passion et d'engagement contribue à expliquer significativement l'infidélité émotionnelle sur Internet ($\chi^2(3, N = 726) = 58,17; p < 0,001$). Le modèle permet d'expliquer entre 8 et 12 % de la variance. L'analyse des contributions uniques montre que seulement l'engagement est lié significativement avec l'infidélité émotionnelle ($\beta = -0,66$, coefficient de Wald : $W(1) = 29,41; p < 0,001$). Cela veut donc dire que plus il y a présence d'engagement dans le couple, moins il y a de chance que la personne soit infidèle. Pour la cyberinfidélité sexuelle, les résultats montrent que le modèle avec les mêmes variables prévisionnelles que pour l'infidélité émotionnelle est significatif ($\chi^2(3, N = 726) = 20,20, p < 0,001$). Ce modèle permet d'expliquer entre 3 et 6 % de la variance. Les contributions uniques (en contrôlant pour l'effet des autres

variables) montrent que seulement l'engagement ($\beta = -0,51$, $W(1) = 11,00$, $p = 0,001$) est lié significativement à l'infidélité sexuelle. En d'autres termes, plus il y a présence d'engagement dans la relation, moins il y a de chance d'infidélité sexuelle.

Une régression logistique a aussi été effectuée afin d'examiner les prédicteurs du statut relationnel affiché sur Facebook puisqu'elle est une variable dichotomique. Tel qu'indiqué précédemment, la durée de la relation a été incluse dans le modèle. En analysant les résultats, il en ressort que la durée de la relation ainsi que les variables d'intimité, de passion et d'engagement expliquent significativement le statut affiché sur le réseau social ($\chi^2(4, 726) = 139,76$; $p < 0,001$). Le modèle permet d'expliquer entre 18 et 25 % de la variance. L'analyse des contributions uniques montre que la durée de la relation ($\beta = 0,16$, $W(1) = 71,16$; $p < 0,001$) et l'engagement ($\beta = 0,67$, $W(1) = 24,50$; $p < 0,001$) sont liés significativement au statut relationnel sur Facebook. Cela veut donc dire que plus la durée de la relation amoureuse est grande et plus il y a présence d'engagement dans le couple, plus il y a de chance que la personne indique être en couple sur Facebook.

Analyses exploratoires de médiation

Afin de répondre à la troisième question de recherche, des analyses sont effectuées à l'aide du logiciel Process afin de vérifier si les différentes variables de l'utilisation de Facebook (statut relationnel, dépendance à Facebook, cyberinfidélité, dévoilement de soi) sont des variables médiatrices de la relation entre les composantes de l'amour (intimité,

passion, engagement) et la satisfaction conjugale. En l'absence de théorie concernant l'impact des nouvelles technologies sur les différentes composantes de la relation de couple, différentes stratégies d'analyses de médiation ont été effectuées à titre exploratoire.

Dans un premier temps, des analyses de médiation contrôlant simultanément les différentes composantes de l'amour ont été réalisées et aucune des variables de l'utilisation de Facebook (statut relationnel, dépendance à Facebook, cyberinfidélité, dévoilement de soi) ne ressort comme des médiateurs entre les composantes de l'amour et la satisfaction conjugale. L'ensemble des variables explique 39,9 % de la variance associée à la satisfaction conjugale ($F(8, 666) = 55,34, p < 0,001$). De tels résultats peuvent s'expliquer par le fait que, pris simultanément, l'intimité, l'engagement et la passion sont fortement liés à la satisfaction conjugale. Une deuxième stratégie d'analyse plus microscopique a été utilisée afin d'isoler chacune des composantes de l'amour et ainsi vérifier si les différents aspects de l'utilisation de Facebook peuvent être des variables médiatrices dans la relation unissant une composante de l'amour et la satisfaction conjugale. Ce type d'analyse exploratoire pourrait être utile, entre autres, pour mieux circonscrire théoriquement le jeu des relations entre l'utilisation des réseaux sociaux et le fonctionnement conjugal.

La Figure 2 montre les résultats des analyses de médiation entre chacune des différentes composantes de l'amour et la satisfaction conjugale en portant une attention à

la dépendance à Facebook comme variable médiatrice. Les variables d'intimité et de dépendance à Facebook permettent d'expliquer 19,0 % de la variance associée à la satisfaction conjugale ($F(2, 679) = 79,75, p < 0,001$). Une médiation partielle est présente. Il y a une relation significative directe entre l'intimité et la satisfaction conjugale ($ED = 0,82, IC = [0,688, 0,957]$), mais aussi une relation indirecte passant par la dépendance à Facebook. L'analyse du calcul de l'effet indirect montre que cet effet est significatif ($EI = 0,02, IC = [0,004, 0,049]$). Quant aux variables d'engagement et dépendance à Facebook, elles permettent d'expliquer 29,7 % de la variance associée à la satisfaction conjugale. Il y a une relation significative entre l'engagement et la satisfaction conjugale ($ED = 0,84; IC = [0,739, 0,941]$), mais la relation indirecte passant par la dépendance à Facebook n'est pas significative ($EI = 0,01, IC = [-0,001, 0,035]$). Cela signifie qu'il n'existe pas de lien de médiation, même partiel, de la dépendance à Facebook dans la relation entre l'engagement et la satisfaction du couple. En ce qui a trait à la passion, les résultats de l'analyse de médiation montrent une relation significative directe entre la passion et la satisfaction conjugale ($ED = 1,01, IC = [0,869, 1,146]$) ainsi qu'une relation significative indirecte passant par la dépendance à Facebook ($EI = 0,02, IC = [0,003, 0,050]$), dénotant une médiation partielle. La passion et la dépendance à Facebook permettent d'expliquer 24,5 % de la variance associée à la satisfaction conjugale ($R^2 = 0,25; F(2, 679) = 110,09, p < 0,001$).

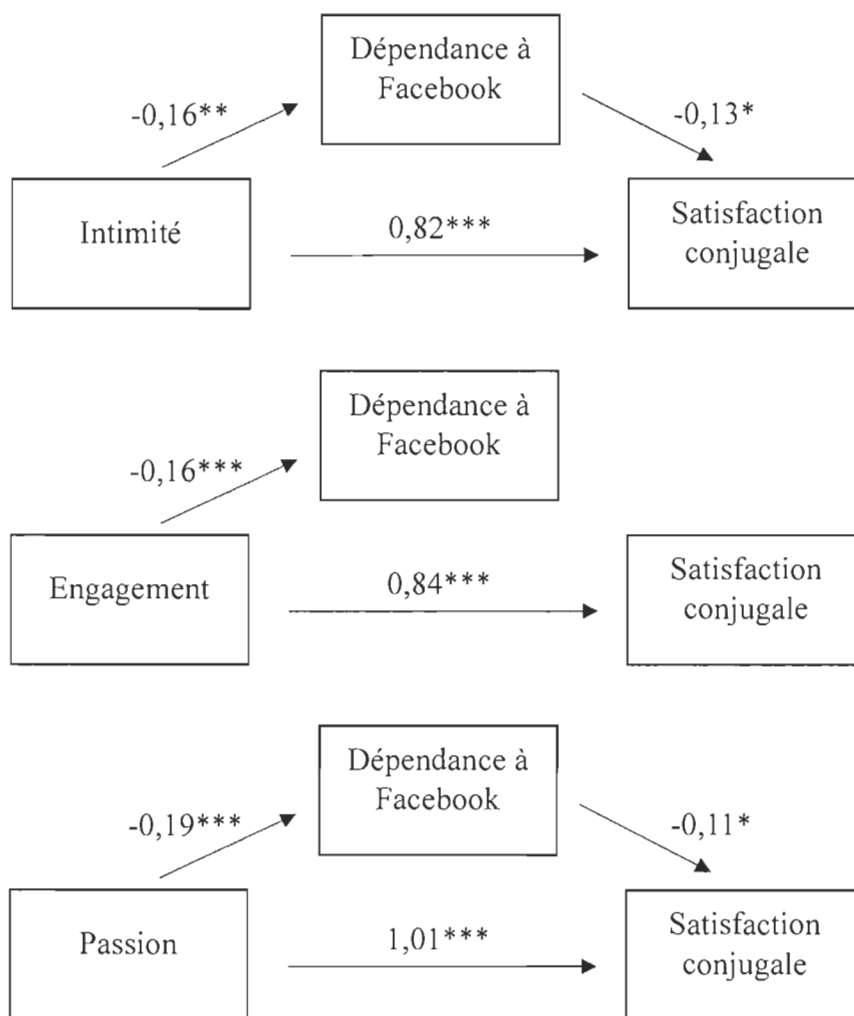


Figure 2. Modèle de médiation entre les composantes de l'amour, la dépendance à Facebook et la satisfaction conjugale. * $p < 0,05$. ** $p < 0,01$. *** $p < 0,001$.

La Figure 3 montre les résultats des analyses de médiation entre chacune des composantes de Sternberg et la satisfaction conjugale en tenant compte du dévoilement de soi sur Facebook comme variable médiatrice. Les variables d'intimité et de dévoilement de soi sur Facebook permettent d'expliquer 19,3 % de la variance associée à la satisfaction conjugale ($F(2, 677) = 80,91, p < 0,001$). Une médiation partielle est

présente. Il y a une relation significative directe entre l'intimité et la satisfaction conjugale ($ED = 0,83$, $IC = [0,688, 0,957]$) et également une relation indirecte passant par le dévoilement de soi. L'analyse du calcul de l'effet indirect montre que cet effet est significatif ($EI = 0,018$, $IC = [0,003, 0,043]$). Quant à l'analyse de médiation entre l'engagement et la satisfaction conjugale, toujours en tenant compte du dévoilement de soi, les résultats montrent qu'il y a une relation significative entre l'engagement et la satisfaction conjugale ($ED = 0,84$; $IC = [0,739, 0,940]$), mais la relation indirecte passant par le dévoilement de soi n'est pas significative ($EI = 0,01$, $IC = [-0,001, 0,032]$). Cela signifie qu'il n'existe pas de lien de médiation, même partiel, dans la relation entre l'engagement et la satisfaction du couple. Les variables d'engagement ainsi que le dévoilement de soi permettent d'expliquer 29,8 % de la variance associée à la satisfaction conjugale. En ce qui a trait à la passion, les résultats de l'analyse de médiation montrent une relation significative directe entre la passion et la satisfaction conjugale ($ED = 1,02$, $IC = [0,879, 1,158]$) ainsi qu'une relation significative indirecte passant par le dévoilement de soi ($EI = 0,02$, $IC = [0,002, 0,043]$), dénotant une médiation partielle. La passion et le dévoilement de soi permettent d'expliquer 24,6 % de la variance associée à la satisfaction conjugale ($R^2 = 0,25$; $F(2, 677) = 110,62$, $p < 0,001$).

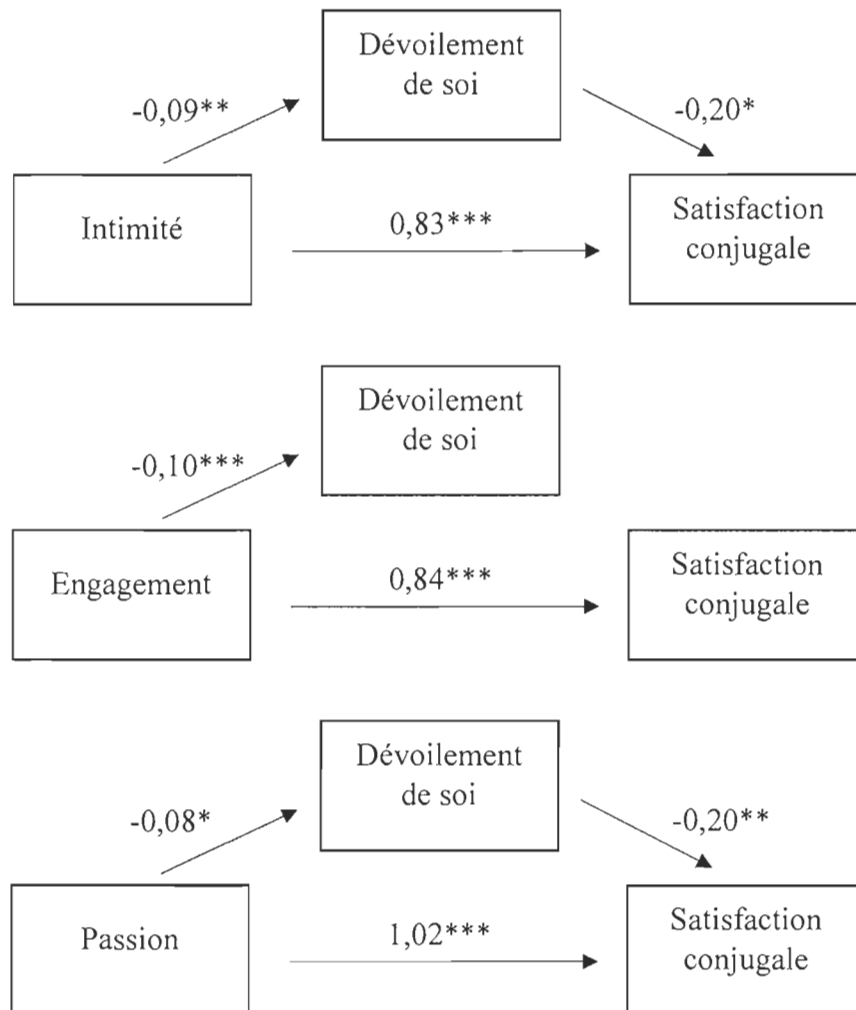


Figure 3. Modèle de médiation entre les composantes de l'amour, le dévoilement de soi et la satisfaction conjugale. * $p < 0,05$. ** $p < 0,01$. *** $p < 0,001$.

Afin de pouvoir effectuer une analyse de médiation pour les variables de cyberinfidélité, les réponses aux deux questions de cyberinfidélité ont été recodées ensemble afin de créer une variable catégorielle. Correspondant à la vision d'un continuum de l'infidélité d'Allen et ses collègues (2005), quatre catégories ont été créées selon la gravité des actes d'infidélité. Le premier niveau correspond aux répondants qui disent n'avoir eu aucun comportement de cyberinfidélité émotionnelle et sexuelle. Le

deuxième niveau correspond au fait d'avoir commis des gestes d'infidélité émotionnelle, mais pas d'infidélité sexuelle alors que le troisième niveau correspond au fait de ne pas avoir effectué d'infidélité émotionnelle, mais avoir commis de l'infidélité sexuelle. Le dernier niveau est donc d'avoir commis des gestes d'infidélité émotionnelle et sexuelle.

Les résultats des analyses de médiation de la relation entre les composantes de l'amour et la satisfaction conjugale avec la cyberinfidélité sont présentés dans la Figure 4. Les variables d'intimité et de cyberinfidélité permettent d'expliquer 19,1 % de la variance associée à la satisfaction conjugale ($F(2, 677) = 80,00, p < 0,001$). Il y a une relation significative directe entre l'intimité et la satisfaction conjugale ($ED = 0,81, IC = [0,675, 0,946]$), mais aussi une relation indirecte passant par la cyberinfidélité. L'analyse du calcul de l'effet indirect montre que celui-ci est significatif ($EI = 0,031, IC = [0,009, 0,069]$). En ce qui a trait à l'analyse de médiation entre l'engagement et la satisfaction conjugale, toujours en tenant compte de la cyberinfidélité, les résultats montrent qu'il y a une relation significative entre l'engagement et la cyberinfidélité ($ED = -0,29; IC = [-0,375, -0,213]$) et entre l'engagement et la satisfaction conjugale ($ED = 0,85; IC = [0,743, 0,950]$), mais la relation indirecte n'est pas significative ($EI = 0,009, IC = [-0,017, 0,040]$). Cela signifie qu'il n'existe pas de lien de médiation, même partiel, dans la relation entre l'engagement et la satisfaction du couple. Les variables d'engagement ainsi que la cyberinfidélité permettent d'expliquer 29,5 % de la variance associée à la satisfaction conjugale. En ce qui a trait à la passion, les résultats de l'analyse de médiation montrent

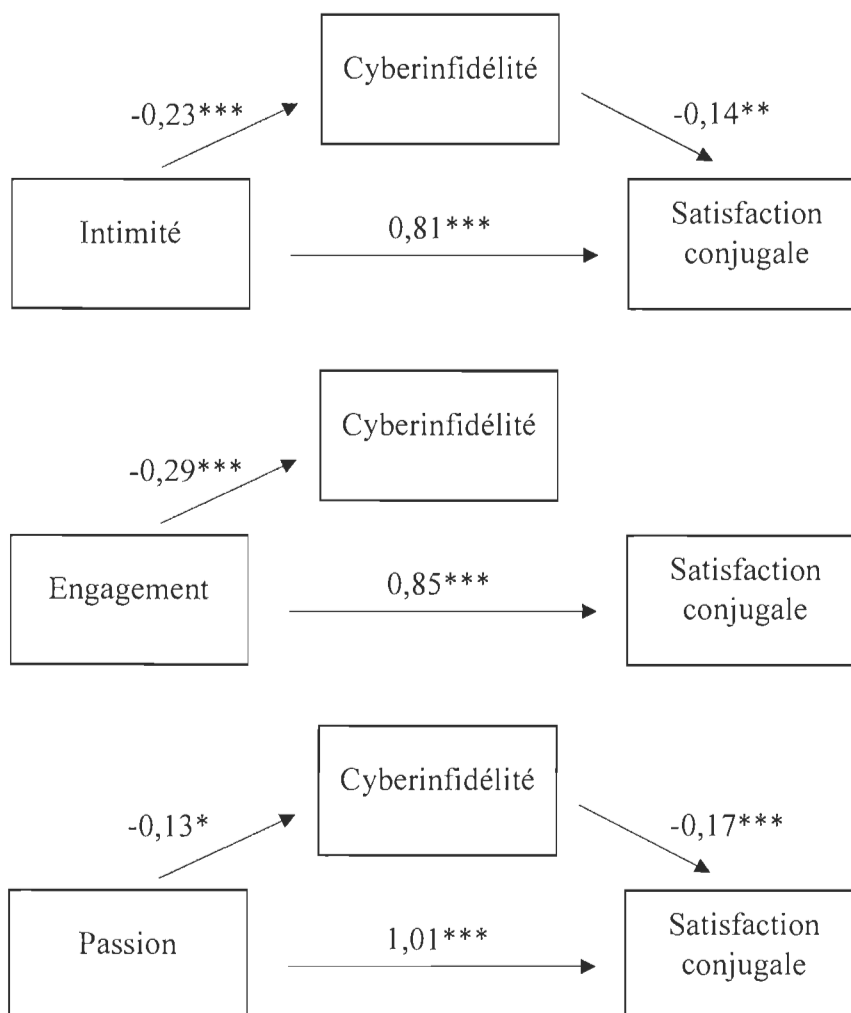


Figure 4. Modèle de médiation entre les composantes de l'amour, la cyberinfidélité et la satisfaction conjugale. * $p < 0,05$. ** $p < 0,01$. *** $p < 0,001$.

une relation significative directe entre la passion et la satisfaction conjugale ($ED = 1,00$, $IC = [0,866, 1,141]$) ainsi qu'une relation significative indirecte passant par la cyberinfidélité ($EI = 0,022$, $IC = [0,003, 0,055]$), dénotant une médiation partielle. La passion et la cyberinfidélité permettent d'expliquer 25,4 % de la variance associée à la satisfaction conjugale ($R^2 = 0,25$; $F(2, 677) = 114,98$, $p < 0,001$).

Les résultats des analyses de médiation de la relation entre chacune des composantes de l'amour et la satisfaction conjugale en tenant compte du statut relationnel sur Facebook sont présentés dans la Figure 5. Les résultats montrent qu'il y a une relation significative entre l'intimité et le statut relationnel ($ED = 0,19, p = 0,02$), entre l'intimité et la satisfaction conjugale ($ED = 0,43, p < 0,001$), ainsi qu'entre le statut relationnel et la satisfaction conjugale ($ED = 0,16, p = 0,03$). Toutefois, l'analyse de l'effet indirect n'est pas significative ($EI = 0,018, IC = [-0,005, 0,055]$). Cela signifie qu'il n'existe pas de lien de médiation, même partiel, du statut relationnel sur Facebook, dans la relation entre l'intimité et la satisfaction du couple, en dépit du fait que les variables soient liées. Les variables d'intimité ainsi que le statut Facebook permettent d'expliquer 18,9 % de la variance associée à la satisfaction conjugale. L'analyse de médiation entre l'engagement et la satisfaction conjugale, toujours en tenant compte du statut relationnel laisse voir que l'engagement est relié directement au statut sur Facebook et à la satisfaction conjugale, alors que le statut sur Facebook n'est pas relié ni directement, ni indirectement à la satisfaction conjugale. Cela signifie alors qu'il n'existe pas de lien de médiation, même partiel, du statut sur Facebook dans la relation unissant l'engagement et la satisfaction du couple. Les variables d'engagement ainsi que le statut Facebook permettent d'expliquer 29,4 % de la variance associée à la satisfaction conjugale. En ce qui a trait à la passion, l'analyse de médiation avec le statut relationnel sur Facebook comme variable médiatrice n'est pas significative. Il n'y a pas de relation entre la passion et le statut sur Facebook. La passion ainsi que le statut sur Facebook sont reliés directement à la satisfaction conjugale. Par conséquent, la relation indirecte du statut sur Facebook n'est pas

significative ($EI = -0,009$, $IC = [-0,017, 0,038]$). Les variables de passion ainsi que le statut Facebook permettent d'expliquer 25,2 % de la variance associée à la satisfaction conjugale.

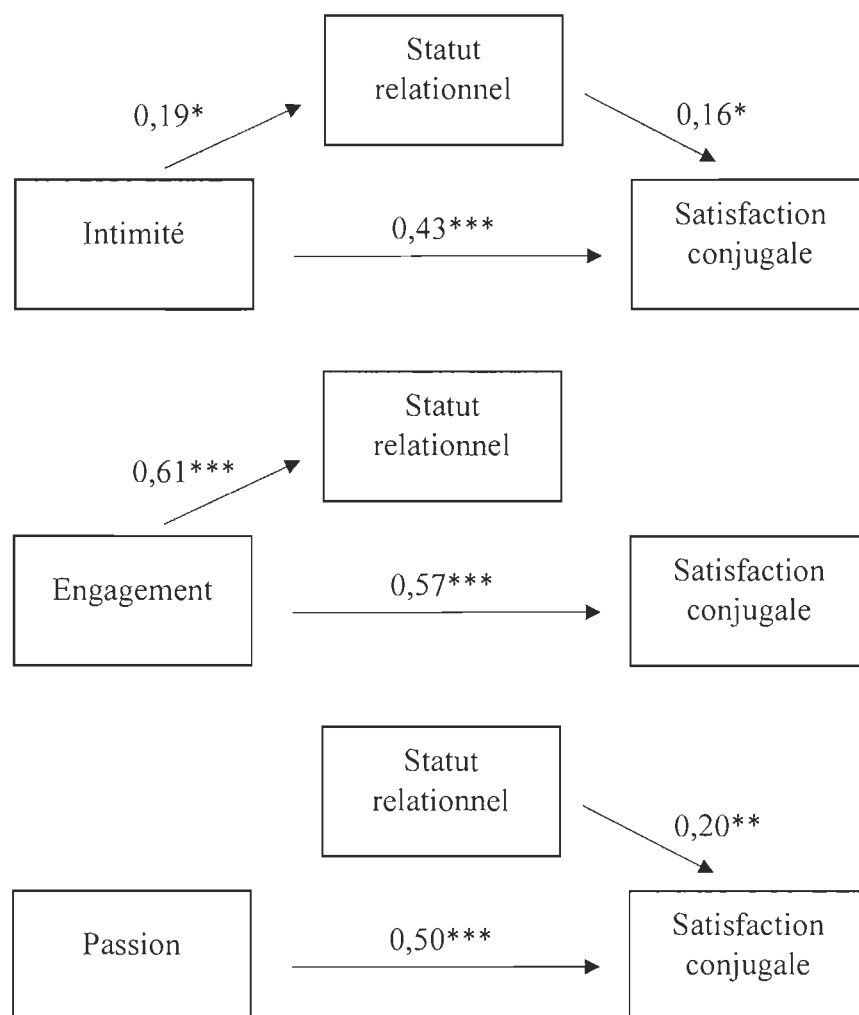


Figure 5. Modèle de médiation entre les composantes de l'amour, le statut relationnel sur Facebook et la satisfaction conjugale. * $p < 0,05$. ** $p < 0,01$. *** $p < 0,001$.

Discussion

Cette section présente les explications relatives aux résultats obtenus en regard de la documentation scientifique sur l'utilisation des réseaux sociaux en ligne et sur les relations de couple. Elle se divise en trois parties permettant de faire un retour sur les analyses descriptives, suivies de celles visant la vérification des hypothèses de recherche. Enfin, les forces et les faiblesses de cette étude ainsi que des pistes de recherche futures seront dégagées.

Analyses descriptives

Tout d'abord, les jeunes adultes ayant participé à la présente étude montrent un niveau élevé d'intimité dans leur relation et cette composante est similaire pour les hommes et les femmes. Un niveau élevé de passion dans le couple est aussi trouvé dans cette étude et il n'y a pas de différence entre les hommes et les femmes. De plus, un niveau d'engagement élevé, mais légèrement plus faible que l'intimité et la passion a été observé chez les jeunes hommes et jeunes femmes de cet échantillon. Cela concorde avec la théorie décrite par Sternberg (1988) sur l'évolution de l'intimité, la passion et l'engagement selon la durée de la relation, qui ne fait pas de distinction entre les hommes et les femmes, suggérant que l'évolution est la même. Effectivement, l'intimité prend quelque temps avant de se développer, mais elle augmente ensuite assez rapidement plus les partenaires se connaissent avant de diminuer en fonction de la durée de la relation

(Sternberg, 1988). En ce qui a trait à l'évolution de la passion, elle est très élevée au début de la relation et finit par diminuer après un moment et atteindre un plateau avant de diminuer une autre fois (Sternberg, 1988). L'évolution de l'engagement, quant à elle, prend plus de temps avant de se développer, mais une fois qu'il s'est enraciné, il reste à un haut niveau. Le fonctionnement relationnel des partenaires de l'échantillon est donc conforme au stade de développement de leur relation. Puisqu'ils sont en couple depuis un an en moyenne, ils expérimentent une forte intimité, une forte passion et un engagement inférieur aux deux autres composantes.

Pour ce qui a trait à la satisfaction conjugale, les jeunes hommes et jeunes femmes de l'échantillon ont montré être fortement satisfaits de leur relation amoureuse. Le niveau de satisfaction dans le couple concorde avec les études montrant que la satisfaction conjugale est plus forte au début de la relation, lorsque le couple n'a pas encore d'enfant (Brown, 2003; Glenn, 1998; Rollins & Feldman, 1970; Umberson, Williams, Powers, Chen, & Campbell, 2005), ce qui est généralement le cas des jeunes adultes étant en couple depuis un an, en moyenne. Cependant, plusieurs de ces auteurs ont noté une différence significative entre les hommes et les femmes concernant la satisfaction conjugale où les hommes auraient un niveau de satisfaction plus faible (Rollins & Feldman, 1970; Glenn, 1998). Aucune différence significative selon le sexe n'est trouvée dans la présente étude et cela peut s'expliquer par une surestimation des différences entre les sexes. Effectivement, Hyde (2005) a effectué des méta-analyses évaluant les différences entre les sexes dans plusieurs domaines et a trouvé que l'effet de taille pour la

satisfaction sexuelle est presque nul, voulant ainsi dire qu'il n'y a pratiquement pas de différence entre les hommes et les femmes sur le plan de la satisfaction sexuelle. Plusieurs chercheurs obtiennent des résultats suggérant que cette différence entre les hommes et les femmes est aussi surestimée pour la satisfaction conjugale (Conradi, Noordhof, Dingemanse, Barelds, & Kamphuis, 2017; Karney & Bradbury, 1995), particulièrement au début de la relation (Kurdek, 2005; Williamson & Lavner, 2020), ce qui est le cas de la majorité des personnes constituant l'échantillon.

Concernant les différentes dimensions de l'utilisation de Facebook, les participants à l'étude ont montré avoir une faible dépendance à ce réseau social, mais les femmes indiquent être plus dépendantes que les hommes. Cela concorde avec les résultats obtenus auprès d'auteurs ayant étudié ce phénomène (Caci et al., 2017; Giroux-Benoit et al., 2017; Kimpton et al., 2016;). Cela peut être expliqué par le fait que les femmes utilisent davantage ce réseau social afin d'entretenir des relations déjà existantes ainsi que pour gérer la perception des autres les concernant, ce qui constitue les comportements sur Facebook les plus associés avec la dépendance à ce réseau (Kimpton et al., 2016). Les hommes ont plus tendance à développer une dépendance à Facebook lorsque celui-ci est utilisé pour se divertir avec des jeux vidéo (Kimpton et al., 2016), mais cela ne semble pas être la principale utilisation de ce réseau chez les hommes (Caci et al., 2017; Krasnova, Veltri, Eling, & Buxmann, 2017). Le dévoilement de soi sur Facebook est faible autant pour les hommes que pour les femmes puisqu'ils ont répondu en moyenne entre « jamais » et « parfois » à la question suivante « à quel point est-ce que tu utilises les réseaux sociaux

en ligne pour révéler des choses personnelles de toi à d'autres? ». Ces résultats vont dans le même sens que plusieurs autres auteurs ayant étudié le dévoilement de soi en ligne (Attrill & Jalil, 2011; Oghazi, Schultheiss, Chirumalla, Kalmer, & Rad, 2020; Taddei & Contena, 2013). Cela peut s'expliquer par un désir de garder une certaine vie privée et diminuer les risques liés à la sécurité des informations sur les réseaux sociaux qui est questionnée depuis quelque temps (Bevan, Gomez, & Sparks, 2014; Tsay-Vogel, Shanahan, & Signorielli, 2018). Cela peut aussi être un moyen de diminuer les conséquences que peuvent avoir le dévoilement de soi sur les réseaux sociaux, tels que l'intimidation, des conflits relationnels, des impacts négatifs sur les autres personnes et plusieurs autres (Christofides, Muise, & Desmarais, 2012; Manago & Melton, 2020). Donc, contrairement à la croyance populaire, les jeunes adultes font preuve de comportements matures dans l'utilisation des réseaux sociaux.

En ce qui a trait à la cyberinfidélité, peu sont ceux qui l'ont été, tant chez les hommes que chez les femmes, mais la cyberinfidélité émotionnelle est plus présente que la cyberinfidélité sexuelle. Effectivement, à la question « as-tu déjà flirté sur Internet avec une autre personne que ton partenaire amoureux alors que tu étais déjà en couple? », 27,6 % des répondants ont affirmé l'avoir fait, alors que 11,2 % des répondants ont répondu avoir déjà eu des échanges à caractères sexuels (verbaux ou par caméra, comme se caresser ou regarder quelqu'un se caresser) sur Internet avec une autre personne que leur partenaire amoureux alors qu'ils étaient en couple. Ces résultats sont semblables à ceux obtenus par Ferron et ses collègues (2016). Les résultats montrent qu'il n'y a pas de

différence significative entre les sexes en ce qui a trait à la cyberinfidélité et cela est congruent avec les résultats de de Lenne et ses collaborateurs (2019). McAnulty et Brineman (2007) expliquent que la différence entre les hommes et les femmes présente dans certaines études pourrait provenir d'une tendance à rapporter moins de comportements qu'en réalité chez les femmes, créant ainsi un écart significatif avec les hommes. Il y a tout de même une propension non négligeable à avoir des comportements d'infidélité sur Internet qui peut être expliquée par la théorie des trois « A », c'est-à-dire l'accessibilité, le fait que ce soit abordable ainsi que l'anonymat (Cooper, 1998). Effectivement, Internet est facilement accessible de partout grâce aux cellulaires, est gratuit et offre une multitude de fonctionnalités et d'applications comme Facebook permettant de discuter avec les autres de façon privée (Cravens & Whithing, 2014), rendant ainsi les relations extra-conjugales beaucoup plus faciles. Toutefois, il serait intéressant de vérifier si les pourcentages de cyberinfidélité augmentent en fonction de l'âge ou de la durée de la relation. Finalement, 36,1 % des hommes et des femmes de l'échantillon ont mentionné ne pas avoir mis leur statut indiquant être en couple sur leur profil Facebook. Ce résultat est comparable à ceux obtenus par Orosz et ses collègues (2015).

Vérification des hypothèses de recherche

Les premières hypothèses avançaient que l'engagement relationnel était lié positivement avec le statut relationnel et négativement avec le nombre d'heures passées sur Facebook, la cyberinfidélité ainsi qu'avec la dépendance à Facebook. Les hypothèses

des liens entre l'engagement et le statut relationnel, la cyberinfidélité émotionnelle et sexuelle ainsi que la dépendance à Facebook sont confirmées. Cependant, l'hypothèse du lien entre l'engagement et le nombre d'heures passées sur ce réseau social est infirmée. À des fins d'exploration, le lien entre l'engagement et le dévoilement de soi sur Facebook a été mesuré et un lien négatif significatif a été trouvé. Ainsi, plus l'engagement est élevé, plus les personnes ont tendance à indiquer être en couple sur Facebook, moins ils sont dépendants à ce réseau, moins ils se dévoilent sur celui-ci et moins ils rapportent de comportements d'infidélité sur Internet, et ce, avec des tailles d'effet de petite à moyenne.

Le lien positif et significatif entre l'engagement et le statut relationnel sur Facebook corrobore les résultats obtenus par Toma et Choi (2015) et Emery et ses collègues (2015). Ces résultats peuvent s'expliquer par la théorie de la présentation de soi (Toma & Choi, 2015). La théorie de la présentation de soi est définie par le fait de communiquer des informations sur soi sur la façon désirée d'être vu et considéré par les autres (Schlenker, Dlugolecki, & Doherty, 1994). Les études montrent que la façon de se présenter aux autres amène ensuite la personne à agir en ce sens, afin d'être congruente à cette présentation (Gonzales & Hancock, 2008; Schlenker et al., 1994). Lorsque des informations sont données publiquement, les personnes ont tendance à endosser fortement cette information et à agir de la sorte afin d'éviter des répercussions négatives dans les relations, cristallisant ainsi cette vision de soi et la rendant difficile à changer (Schlenker et al., 1994). Cette théorie présume alors que l'engagement relationnel augmente suite à la publication du statut relationnel afin d'être congruent avec la présentation publique

effectuée. Cependant, d'autres auteurs affirment que ce serait plutôt un fort engagement qui amènerait les gens à mettre leur statut en couple sur Facebook. En fait, Lane et ses collègues (2016) argumentent que les couples s'affichant publiquement en couple ont déjà atteint un certain niveau d'engagement et donc que ce serait un plus haut niveau d'engagement qui amènerait à afficher son statut relationnel sur Facebook et non le contraire. Cela concorde avec les résultats montrant que s'identifier officiellement en couple sur Facebook est considéré comme le début de l'engagement dans le couple par les jeunes adultes (Richman, Webb, Eicher, Adams, & Troutman, 2017).

Les liens négatifs obtenus entre l'engagement relationnel et la cyberinfidélité, tant émotionnelle que sexuelle, soutiennent les précédents résultats affirmant que plus il y a présence d'engagement, moins il y a de chance d'infidélité (de Lenne et al., 2019; Drigotas et al., 1999; Drouin, Miller, & Dibble, 2014). La théorie d'investissements de Rusbult (1980) explique que le niveau d'engagement relationnel est une interaction entre trois aspects soit la satisfaction de la relation, la qualité des partenaires amoureux potentiels et les investissements qui ont été faits dans la relation et qui seraient perdus si la relation se terminait. Rusbult (1980) affirme qu'une meilleure satisfaction de la relation et plusieurs investissements effectués permettent d'augmenter l'engagement relationnel, alors que plusieurs partenaires potentiels de qualité font diminuer l'engagement. Puisque Facebook permet de voir les personnes disponibles dans l'entourage et les potentiels partenaires amoureux (Abbasi & Alghamdi, 2018) ainsi qu'entrer en contact avec eux et d'avoir des comportements d'infidélité avec facilité (Clayton et al., 2013; Drouin et al.,

2014), Facebook peut alors mettre l'engagement des partenaires à l'épreuve. Abbasi (2019a), de Lenne et ses collègues (2018) ainsi que Drigotas et ses collègues (1999) ont trouvé qu'un fort engagement relationnel amenait les personnes à être moins attentives aux partenaires potentiels sur les réseaux sociaux et réduirait donc les chances d'infidélité tant hors ligne qu'en ligne. De plus, en considérant les précédents résultats sur le statut relationnel, il est possible de croire qu'un plus grand engagement amène la personne à s'afficher en couple sur Facebook et cet engagement public pourrait avoir comme effet de diminuer les avances potentielles des autres membres sur le réseau et donc diminuer le nombre de partenaires potentiels.

Concernant le lien négatif significatif obtenu entre l'engagement relationnel et la dépendance à Facebook, celui-ci corrobore les résultats obtenus par Abbasi (2019a) et Abbasi (2018). Ceux-ci montrent que le désengagement romantique, c'est-à-dire une diminution des sentiments d'amour ainsi qu'une attitude de retrait émotionnel envers son partenaire, permet de prédire significativement les comportements de dépendance à Facebook, et ce, peu importe le niveau d'engagement. Cependant, on peut voir dans cette même étude que l'engagement relationnel était fortement corrélé avec le désengagement romantique, ce qui pourrait vouloir dire que ce sont les partenaires avec un moins bon engagement relationnel qui ont des comportements de désengagement romantique et qui utilise alors Facebook de façon plus problématique. Il est aussi plausible qu'une utilisation problématique de Facebook amène une diminution de l'engagement relationnel puisque les utilisateurs sont davantage exposés à des partenaires potentiels (Abbasi & Alghamdi,

2018), mais vient également diminuer la satisfaction de la relation en la comparant avec des images idéales publiées sur les réseaux sociaux (Abbasi, 2019b). Cette diminution de la satisfaction conjugale peut amener une diminution de l'engagement relationnel, particulièrement chez les couples engagés, mais non mariés (Abbasi, 2019b).

Contrairement à ce qui était attendu, le temps passé sur Facebook n'est pas lié significativement à l'engagement relationnel. Une méta-analyse sur la dépendance à Facebook montre que le temps passé sur le réseau est corrélé positivement avec la dépendance, mais qu'elle ne représente pas l'entière du problème (Marino, Gini, Vieno, & Spada, 2018). Effectivement, Facebook est devenu partie intégrante de la vie d'aujourd'hui, particulièrement chez les plus jeunes générations (Carbonell & Panova, 2017; Panteli & Marder, 2017) et la majorité des usagers utilisent cette plateforme au moins une fois par jour (Pew Research Center, 2019). Le temps passé sur Facebook n'apporte pas systématiquement des conséquences dans la vie réelle, ce serait particulièrement les comportements de dépendance qui auraient un impact négatif (Marino et al., 2018). Cela peut alors expliquer que le temps passé sur Facebook ne soit pas lié significativement à l'engagement relationnel, mais aussi à l'intimité et à la passion.

Les quatre hypothèses suivantes concernent les liens entre l'intimité dans la relation de couple et les variables d'utilisation de Facebook tels que le dévoilement de soi sur le réseau social, la cyberinfidélité, la dépendance à Facebook et les heures passées sur ce réseau. Il était attendu que l'intimité soit liée positivement au dévoilement de soi et

négalement avec la cyberinfidélité émotionnelle et sexuelle, la dépendance à Facebook ainsi que les heures d'utilisations. L'hypothèse du lien entre l'intimité et le dévoilement de soi est infirmée, bien que le lien soit significatif, il est, par contre, négatif. Pour ce qui est du lien entre l'intimité ainsi que la cyberinfidélité, la dépendance à Facebook et le nombre d'heures passées sur le réseau social, les hypothèses sont confirmées avec des tailles d'effet faibles. De façon exploratoire, le lien entre l'intimité et le statut relationnel a été mesuré et il est non significatif.

Le lien significatif et négatif, obtenu entre l'intimité et le dévoilement de soi corrobore les résultats obtenus par Lee et ses collègues (2019). Effectivement, ces auteurs ont trouvé que le dévoilement de soi sur Facebook était lié négativement à l'intimité dans les relations de couple, alors que ce n'est pas le cas pour les relations d'amitié (Lee et al., 2019). Cette tendance pourrait s'expliquer par le fait qu'un individu qui se dévoile sur sa page Facebook permet à plusieurs personnes de le voir et cela pourrait faire sentir le partenaire amoureux comme peu spécial et peu important, en apprenant cette information en même temps que tous les autres amis Facebook de son partenaire (Lee et al., 2019). Ce sentiment pourrait amener la personne à avoir une impression négative du dévoilement et en être blessé, diminuant ainsi l'intimité dans le couple (Leary, Springer, Negel, Ansell, & Evans, 1998). La réponse du partenaire pourrait aussi affecter négativement l'intimité chez la personne qui s'est dévoilée sur les réseaux. Effectivement, il est plus fréquent pour les utilisateurs de Facebook de regarder passivement ce qui se retrouve sur leur fil d'activité que d'interagir avec les autres (Pempek, Yermolayeva, & Calvert, 2009). La

personne qui s'est dévoilée peut alors se sentir négligée ou peu importante, diminuant ainsi son sentiment d'intimité dans la relation, lorsque son partenaire ne réagit pas à son dévoilement (Lee et al., 2019). Bien que de ne pas avoir de réponse peut diminuer l'intimité, le type de réponse peut aussi avoir cet effet s'il y a présence d'un malentendu. En effet, les malentendus se produisent souvent en raison du ton émotionnel et relationnel utilisé, c'est-à-dire le côté davantage non verbal et subjectif de la communication représentant l'interprétation du message ainsi que ce que cela représente pour la relation et les interlocuteurs (Edwards, Bybee, Frost, Harvey, & Navarro, 2017). Ces malentendus sont relativement présents dans les communications via les réseaux sociaux où les informations non verbales sont diminuées et cela peut amener les deux partenaires à ressentir des émotions négatives et ainsi diminuer leur intimité (Edwards et al., 2017). Cela pourrait aussi expliquer pourquoi l'engagement est lié négativement avec le dévoilement de soi sur Facebook. Dans la mesure où les partenaires désirent poursuivre leur relation, le dévoilement de soi sur les réseaux sociaux ne semble pas être un comportement qui favorise la cohésion du couple.

Concernant le lien négatif entre l'intimité dans le couple et la cyberinfidélité émotionnelle et sexuelle, cela peut s'expliquer par le fait que c'est souvent pour une raison d'insatisfaction au niveau de l'intimité relationnelle ou sexuelle que les jeunes adultes s'engagent dans des relations extra-conjugales. C'est effectivement ce qu'ont trouvé Hertlein et Piercy (2006) dans leur revue de littérature sur les comportements d'infidélité. De plus, Norona, Olmstead et Welsh (2018) ont effectué une étude avec des personnes

ayant commis des gestes d'infidélité et la moitié de leur échantillon affirme l'avoir fait puisqu'ils sentaient que leurs besoins d'intimité n'étaient pas comblés dans leur relation. Il est donc normal que plus les partenaires sont intimes dans leur relation, moins ils ont tendance à commettre des gestes d'infidélité. Cependant, cela peut aussi être une conséquence de l'infidélité. En fait, une revue de littérature montre que les conséquences de la cyberinfidélité vont du sentiment de trahison, à être traumatisé, incluant une perte de confiance, de la colère et être blessé (Vossler, 2016). Ces conséquences, particulièrement le fait d'être blessé, diminuent l'intimité dans la relation (Leary et al., 1998) et cela pourrait expliquer que ceux ayant commis des gestes d'infidélité ressentent moins d'intimité dans leur couple.

Le lien négatif trouvé entre l'intimité et la dépendance à Facebook va dans le même sens que ce que Kerkhof et ses collègues (2011) ont trouvé pour l'utilisation compulsive d'Internet. Cela peut être expliqué par une diminution du temps passé avec son partenaire et à une baisse de dévoilement de soi dans le monde réel (Kerkhof et al., 2011), des éléments importants pouvant contribuer à la baisse d'intimité. De plus, les personnes ayant une dépendance à Internet démontrent qu'ils préfèrent passer du temps sur Facebook plutôt qu'avec leur partenaire et ressentent moins l'envie de se dévoiler (Kerkhof et al., 2011). Il est ainsi possible qu'ils finissent par croire qu'ils sont moins intimes avec leur partenaire, selon la théorie de la perception de soi. Effectivement, cette théorie stipule que les personnes déduisent leurs attitudes et leurs croyances en observant comment ils se comportent dans certaines situations (Bem, 1972). Bien que l'étude de

Kerkhof et de ses collègues (2011) ait utilisé la variable de l'utilisation compulsive d'Internet, il est probable que cela s'applique aussi pour l'utilisation compulsive de Facebook puisqu'elles ont plusieurs similitudes (Błachnio, Przepiorka, Senol-Durak, Durak, & Sherstyuk, 2017).

En ce qui a trait à la passion, le manque de documentation à ce sujet est flagrant et les analyses avec cette variable ont alors été réalisées de façon exploratoire. Il en est ressorti que la passion est liée négativement à la dépendance à Facebook, à la cyberinfidélité émotionnelle ainsi qu'au dévoilement de soi sur le réseau social et positivement avec le statut relationnel. Cependant, la passion n'est pas liée significativement à la cyberinfidélité sexuelle et le nombre d'heures passées sur Facebook.

Le lien négatif entre la passion et la dépendance à Facebook concorde avec les résultats de Kerkhof et ses collègues (2011) sur la dépendance à Internet. Cela peut s'expliquer par une grande interaction entre la passion et l'intimité. Effectivement, Aykutoğlu et Uysal (2017) ont montré que les niveaux d'intimité et de passion dans le couple sont des prédicteurs de l'un et l'autre. Cela veut donc dire que lorsque l'intimité diminue, la passion diminue aussi et à l'inverse, lorsque la passion diminue, l'intimité diminue aussi. Il est donc possible que les comportements liés à la dépendance à Facebook, tout comme la dépendance à Internet, amènent la personne à croire qu'elle est moins intime avec son partenaire amoureux (Kerkhof et al., 2011), ce qui provoquerait

ensuite la diminution de la passion (Aykutoğlu & Uysal, 2017). La diminution de la passion pourrait ensuite donner l'impression qu'il y a de moins en moins d'intimité dans le couple et diminuer davantage cette composante, créant ainsi un cercle vicieux de diminution de l'intimité et de la passion dans le couple en lien avec l'utilisation du réseau social. Il est aussi possible que ce résultat soit dû à l'échantillon majoritairement féminin puisque les femmes auraient davantage besoin d'intimité relationnelle afin de ressentir du désir sexuel et de la passion pour son partenaire, alors que les hommes ont davantage besoin de relations sexuelles afin de se sentir intimes avec leur partenaire (Levine, 2003).

Concernant la cyberinfidélité, le lien négatif entre la passion et la cyberinfidélité émotionnelle n'a pas été retrouvé dans d'autres études, puisqu'aucune autre étude connue ne s'est intéressée au lien entre ces deux variables. Cela peut être expliqué par quelques résultats obtenus sur l'infidélité hors ligne. En fait, Carswell et Finkel (2018) ont montré qu'une diminution de la passion dans le couple amène une diminution de l'engagement et que cela prédit ensuite l'ouverture à des partenaires alternatifs. Cependant, selon cette théorie, la cyberindifélté sexuelle aurait dû aussi être liée significativement à la passion. Il est possible qu'une des raisons pour lesquelles la cyberinfidélité sexuelle ne soit pas liée à la passion est que l'échantillon de cette étude est majoritairement composé de femmes. Comme il a été mentionné précédemment, les femmes ont davantage besoin d'intimité afin de ressentir de la passion et du désir sexuel (Levine, 2003) et c'est souvent afin de combler quelque chose d'insatisfaisant dans leur relation (Hertlein & Piercy, 2006). Une diminution de la passion chez les femmes pourrait donc les amener à aller

chercher ailleurs afin de combler leurs besoins, c'est-à-dire leur besoin d'intimité, ce qui les amèneraient à avoir des comportements d'infidélité émotionnelle plutôt que sexuelle. Une autre raison pourrait venir de la définition de la passion utilisée dans cette recherche. Effectivement, Guilbault, Bouizegarene, Philippe et Vallerand (2020) ont montré qu'il peut y avoir deux types de passion et que seulement une d'entre elles est associée à des comportements d'infidélité. Ces auteurs séparent la passion entre la passion sexuelle harmonieuse, c'est-à-dire l'intégration de la sexualité selon ses propres valeurs et désirs sans ressentir de pression externe face aux choix effectués, et la passion sexuelle obsessionnelle qui est l'intégration de la sexualité selon les pressions externes et non pas par rapport à soi. Les résultats de leur étude montrent que seulement la passion sexuelle obsessionnelle est liée avec des comportements d'infidélité, puisque cette intégration en lien avec la pression externe peut entrer en conflit avec les autres aspects de soi (Guilbault et al., 2020). Il est donc possible que l'utilisation de la variable de la passion plus générale biaise les résultats en ce qui a trait à la cyberinfidélité sexuelle.

En ce qui concerne le lien entre la passion et le dévoilement de soi sur Facebook, il n'a jamais été étudié auparavant. Le lien négatif qui ressort dans la présente étude pourrait être expliqué par la phase de développement de la relation de couple. Comme Sternberg (1988) l'a démontré, la passion est davantage présente au début de la relation, ce qui veut dire que plus la passion est grande, plus il est probable que le couple soit dans la phase du début de leur relation. Cette phase est caractérisée par de l'excitation face à la nouvelle relation et au développement de l'intimité, un sentiment d'euphorie ainsi qu'un

grand désir sexuel pour le partenaire (Schwebel, Moss, & Fine, 1999). Ce moment plus fusionnel avec son partenaire au début de la relation amène souvent les membres du couple à diminuer les contacts avec leur cercle social (Kalmijn, 2012; Rözer, Mollenhorst, & Volker, 2015). Le temps investi dans la relation de couple nécessite une utilisation des ressources cognitives, physiques et émotionnelles et ces ressources sont limitées (Slater, 1963). Ainsi, selon Slater (1963), devoir développer et maintenir une relation amoureuse réduit les ressources disponibles pour maintenir les autres relations. De plus, le temps passé avec son partenaire amoureux comble une bonne partie des besoins sociaux de la personne et elle aurait ainsi moins besoin de combler ceux-ci avec ses amis, et ce, particulièrement au début de la relation de couple (Rözer et al., 2015). Par ailleurs, l'utilisation de Facebook peut être comprise grâce à la théorie des usages et gratifications (Raacke & Bonds-Raacke, 2008) selon laquelle l'utilisation des divers médias est effectuée afin de répondre à un besoin ou un objectif (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973). Comme les besoins sociaux sont comblés par le partenaire amoureux au début de la relation, il serait superflu d'utiliser la plateforme pour répondre à ce besoin et cela réduirait les utilisations actives sur le réseau qui permettrait d'aller répondre à ce besoin, tel que le dévoilement de soi. Cette théorie a aussi été étudiée en fonction du réseau social Instagram et Fejes-Vékássy, Ujhelyi et Faragó (2020) ont montré que la fréquence de publication sur Instagram diminue au début de la relation et cela pourrait s'expliquer par la théorie des usages et gratifications. Carbonneau, Vallerand, Lavigne et Paquet (2016) ont trouvé que d'avoir une passion obsessive dans sa relation de couple était relié au désengagement du reste de la sphère sociale. Il est donc plausible qu'une plus forte

passion soit liée au désengagement des autres relations et la diminution du besoin, réduisant ainsi la fréquence à laquelle la personne se dévoile sur Facebook.

Le faible lien positif entre la passion et le statut relationnel sur Facebook pourrait s'expliquer par la signification du geste de se mettre en couple officiellement sur ce réseau social qui est davantage en lien avec l'engagement. Effectivement, se mettre en couple sur Facebook est maintenant rendu un des premiers gages d'engagement chez les jeunes adultes (Richman et al., 2017) et cela semble être davantage lié avec cette composante de l'amour. Cependant, il a été démontré que plus la passion est élevée, plus cela semble augmenter les gestes d'engagement de la part des deux partenaires du couple (Yamada, Kito, & Yuki, 2017). Il a été aussi démontré qu'une forte passion pouvait aussi diminuer les besoins sociaux et augmenter le désengagement des autres sphères sociales (Carbonneau et al., 2016). Le fait de se mettre en couple sur Facebook peut entraîner une diminution des interactions avec des partenaires potentiels et, ainsi, la passion ressentie envers son partenaire amoureux se traduirait par un désengagement envers les autres. Dans la présente étude, ce lien ne se retrouve pas avec l'intimité puisque cette composante peut survenir un peu plus tard dans le développement d'une relation amoureuse (Sternberg, 1988) et expliquer le fait que l'intimité ait peu d'impact sur l'engagement à ce stade.

Cet essai visait aussi à répondre à une deuxième question de recherche soit de savoir si les composantes de l'amour permettent de prédire l'utilisation de Facebook. Il

est ressorti que les trois composantes expliquent entre 2 et 25 % de la variance des différentes dimensions de l'utilisation de Facebook. En regardant les contributions de chacune des composantes de l'amour, il en ressort que c'est l'engagement qui explique davantage les différents aspects de l'utilisation de Facebook. La passion vient aussi expliquer significativement la dépendance à Facebook. L'engagement ainsi que la durée de la relation contribuent à expliquer le statut relationnel sur ce réseau social. Cela peut s'expliquer par la fonction davantage cognitive de l'engagement qui amène les partenaires à prendre la décision de rester avec l'autre personne de façon consciente (Sternberg, 1988). De cette façon, en ayant conscience de ce désir de conserver cette relation, la personne agira en ce sens dans la vie quotidienne afin de préserver la relation et cela inclut aussi l'utilisation des médias sociaux comme Facebook. Effectivement, une personne avec beaucoup d'engagement agira sur Facebook de façon à favoriser la poursuite de sa relation en évitant certains comportements qui peuvent être néfastes comme la cyberinfidélité et la dépendance à Facebook ou en utilisant ce média pour démontrer davantage d'amour et d'engagement comme en indiquant être en couple avec son partenaire.

Finalement, cette étude avait pour but d'explorer les potentiels liens de médiations des variables d'utilisation de Facebook dans la relation unissant les trois composantes de l'amour et la satisfaction conjugale. Lorsque les trois composantes de l'amour sont prises en compte simultanément, aucun lien de médiation n'est trouvé. Cela peut s'expliquer par le fait qu'à la base, l'intimité, la passion et l'engagement sont de robustes déterminants

de la satisfaction conjugale. Également, dans la documentation scientifique, ces concepts sont souvent confondus et leur distinction sur le plan opérationnel n'est pas toujours claire. Bien que dans la présente étude, il a été convenu d'utiliser un seul item pour évaluer la satisfaction conjugale, ce qui a permis d'éviter un chevauchement conceptuel entre les mesures, il n'en demeure pas moins que les liens entre ces variables sont forts. Ainsi, si d'autres indicateurs de la qualité de la relation avaient été utilisés, tels que la communication, la stabilité du couple, la jalousie ou la satisfaction sexuelle, les résultats auraient pu être différents. En utilisant une approche plus microscopique, les résultats montrent que pour toutes les variables d'utilisation de Facebook (dépendance, dévoilement de soi, cyberinfidélité et statut relationnel), une médiation partielle est significative pour expliquer le lien entre l'intimité et la satisfaction conjugale. De plus, excepté pour le statut relationnel sur Facebook, les autres variables d'utilisation de Facebook permettent de médier partiellement le lien entre la passion et la satisfaction conjugale. Aucune variable à l'étude ne permet de médier la relation entre l'engagement et la satisfaction conjugale.

Sur le plan conceptuel, ces résultats ciblés et exploratoires pour chaque composante de l'amour apportent un éclairage nouveau et pourraient contribuer à bonifier la théorie de l'amour triangulaire de Sternberg afin d'y intégrer les comportements des utilisateurs des technologies numériques qui sont devenues omniprésentes dans la vie sociale et intime des gens. Pour l'instant, il y a une lacune apparente dans la mise à jour de cette théorie. Dans le peu d'études récentes comme celle de Van Ouytsela, Walravea

et Ponnetb (2019) sur le sexting et les composantes de l'amour, les auteurs ne proposent pas de nouvelles avenues théoriques. Pourtant, il semble évident de croire que la concordance entre le triangle de l'amour réel versus le triangle de l'amour idéal peut subir de fortes modifications en raison de la présence des médias sociaux. Les comportements sur les médias sociaux, tels que Facebook, constituent maintenant une façon de démontrer de l'intimité, de la passion et de l'engagement à son partenaire, mais aussi permettent à d'autres personnes de son réseau social d'en être témoins. À l'aide des interactions numériques quotidiennes, une réflexion, en temps réel, de sa propre relation amoureuse peut être faite en plus d'établir des comparaisons avec celles que l'on peut voir ou que l'on est témoin sur les réseaux sociaux. Il serait intéressant d'évaluer les composantes du triangle de la théorie de Sternberg en les appliquant aux relations hors ligne ainsi qu'aux relations en ligne. Il est possible de croire que dans les cas où l'engagement, l'intimité et la passion ne s'expriment pas de la même façon en ligne que hors ligne, la satisfaction conjugale en soit diminuée.

Puisque les chercheurs travaillent souvent en vase clos, les théories doivent être élargies pour y inclure d'autres éléments appartenant à des modèles complémentaires. Par exemple, une nouvelle théorie triangulaire de l'amour devrait inclure non seulement l'influence des technologies numériques, mais elle devrait aussi établir des liens avec d'autres théories comme celle de Rusbult (1980) sur le modèle d'investissement, celle sur l'attachement (Hazan & Shaver, 1987) ou celle sur les stades de développement d'une relation de Knapp (1978). Par exemple, en intégrant ces diverses théories, il serait possible

de croire que l'intimité, la passion et l'engagement vont se développer, se manifester, interagir et fluctuer en fonction du degré d'investissement d'un individu dans sa relation et en fonction de l'évaluation de la présence d'autres partenaires potentiels à la relation amoureuse. Cela serait primordial dans le contexte de l'omniprésence des médias sociaux puisqu'ils permettent de voir davantage de partenaires potentiels (Abbasi & Alghamdi, 2018), mais aussi de faciliter le développement d'une relation (Fox, Warber, & Makstaller, 2013). En tenant compte de ces informations, la théorie de Rusbult (1980) devient particulièrement importante dans le contexte des réseaux sociaux puisque cela pourrait permettre de démontrer que leur utilisation, en présence de potentiels partenaires amoureux, peut avoir un impact sur l'engagement dans le couple et donc sur la satisfaction conjugale. En tenant compte du stade de développement de la relation (initiation, expérimentation, intensification intégration et liaison) et des insécurités d'attachement des partenaires amoureux, les comportements examinés dans la présente étude sur les réseaux sociaux, comme la dépendance, le dévoilement de soi, le cyberinfidélité et le statut relationnel, ainsi que d'autres comportements manifestés comme le sexting, le visionnement de pornographie et la consultation de sites de rencontres en ligne pourraient agir comme facteurs de risque ou de protection sur la qualité de la relation. Par exemple, l'étude de Fox et de ses collègues (2013) montre que Facebook est un instrument important d'interaction dans les stades d'initiation et d'expérimentation lors du développement d'une relation. Mettre son statut « en relation » sur Facebook est un indicateur qui permet d'officialiser le niveau d'engagement dans la relation. Également, il a aussi été démontré que les différents styles d'attachement étaient corrélés avec des

utilisations différentes des réseaux sociaux, ce qui constitue aussi une piste d'hypothèse intéressante (Giroux-Benoit et al., 2014; Morey et al., 2013). Par exemple, une insécurité d'attachement qui se traduit par une anxiété d'abandon est reliée à la dépendance à Facebook (Giroux-Benoit et al., 2015). Il serait donc primordial que les auteurs s'intéressant aux liens entre l'utilisation des médias sociaux et les relations amoureuses hors ligne actualisent les théories et créent un modèle intégré tenant davantage compte de différentes théories.

Forces, limites et recommandations futures

La présente recherche comporte plusieurs forces. En premier lieu, il a été possible de recruter beaucoup de participants, ce qui donne une meilleure puissance statistique aux résultats obtenus. Les questionnaires en ligne ont permis d'avoir beaucoup de répondants, mais aussi d'avoir un échantillon plus représentatif de la population générale puisque le recrutement ne s'est pas seulement effectué auprès des étudiants universitaires. En deuxième lieu, les différentes variables choisies dans l'étude permettent de faire avancer davantage les connaissances quant à l'impact des nouvelles technologies comme Facebook dans la vie réelle. Effectivement, les différentes composantes de l'amour ainsi que l'utilisation de Facebook ont été séparées en différentes variables afin d'avoir des résultats plus détaillés, permettant ainsi de cibler plus précisément quels types d'utilisation peuvent avoir un lien avec les différentes composantes d'une relation amoureuse. Les différentes stratégies d'analyses utilisées permettent aussi de détailler les liens pouvant exister entre les variables étudiées et ainsi parfaire la connaissance à ce

sujet. Par ailleurs, plusieurs liens entre ces variables n'avaient jamais été étudiés, faisant en sorte que cette étude a un volet exploratoire permettant de paver la voie pour de futures études sur le sujet et de proposer de nouvelles connaissances sur les liens pouvant exister entre le réel et le virtuel. L'originalité de cette étude doit aussi être mentionnée, puisqu'encore peu d'études existent à ce jour sur toutes ces composantes de l'amour en lien avec l'utilisation quotidienne des médias sociaux, particulièrement en ce qui a trait à la passion et aux comportements de dépendance.

Cette étude contient aussi quelques limites. Premièrement, les résultats sont obtenus auprès de jeunes adultes québécois ayant en moyenne une courte relation, ce qui peut limiter la généralisation des résultats auprès d'une population différente. Par exemple, ceux ayant une relation de plus longue durée et avec un plus haut niveau d'engagement comme les couples qui cohabitent ou qui sont mariés pourraient vivre une réalité différente et donc avoir des résultats différents de ceux obtenus dans la présente étude. De surcroît, en sachant que l'utilisation de Facebook et les motivations à utiliser ce réseau social diffèrent selon les tranches d'âge, ces analyses devront être reprises et confirmées auprès des adolescents et des adultes plus âgés. Deuxièmement, le choix méthodologique a pu créer un biais de désirabilité sociale puisque tous les résultats proviennent de questionnaires autorapportés. De plus, les versions courtes des questionnaires ont été choisies afin de réduire la durée de complétion de la batterie de questionnaires dans le but d'éviter l'attrition de participants, mais cela a pu réduire la validité des questionnaires. Effectivement, les alphas pour le questionnaire de Sternberg

sur les composantes de l'amour sont faibles, particulièrement pour l'intimité et cela peut être expliqué par la version abrégée utilisée. La satisfaction conjugale a d'ailleurs été mesurée seulement avec un item, diminuant ainsi la précision et la validité de cette variable. Par ailleurs, certaines variables ont été mesurées grâce à des questionnaires maison qui n'ont pas été validés empiriquement. Par exemple, l'ajustement dyadique aurait pu être mesuré par le questionnaire validé et abrégé en quatre items de l'échelle d'ajustement dyadique de Spanier (1976; Sabourin, Valois, & Lussier, 2005). Ces choix méthodologiques ont sûrement contribué à obtenir plus de réponses complètes, car il a été démontré que l'utilisation de questionnaires plus longs est associée à un moins bon taux de réponse (Rolstad, Adler, & Rydén, 2011). Les résultats sont donc à interpréter avec précaution puisqu'ils pourraient ne pas représenter totalement la variable étudiée. De surcroît, les résultats sont de nature corrélationnelle, ce qui ne permet pas de déterminer une relation de cause à effet entre les différentes variables à l'étude. En ce qui a trait à l'échantillon, les résultats proviennent d'une grande majorité de femmes, et donc les résultats pourraient être moins généralisables aux jeunes adultes de sexe masculin. Les participants étaient aussi majoritairement hétérosexuels, les résultats pourraient alors être différents pour les couples homosexuels ou d'autres orientations sexuelles.

Les futures recherches dans ce domaine devront tenter d'utiliser des instruments de mesure plus fiables et standardisés afin de confirmer ou infirmer les résultats obtenus dans la présente étude. Entre autres, la durée d'utilisation de Facebook aurait pu être mesurée à l'aide d'une application mesurant le temps réel d'utilisation comme cela est

maintenant disponible avec les nouveaux appareils mobiles. Il aurait aussi été utile d'obtenir certaines informations directement sur la page Facebook des participants afin de vérifier les différentes variables. Effectuer des études journalières afin d'être plus précis sur les comportements d'utilisation quotidienne des réseaux sociaux serait aussi un devis méthodologique à utiliser. Par ailleurs, il serait intéressant d'utiliser un devis longitudinal afin de vérifier si l'utilisation des technologies peut avoir différents impacts à long terme. Puisque l'engagement, l'intimité et la passion varient en fonction du temps et de la durée de la relation (ou le stade de développement de la relation), l'utilisation des réseaux sociaux pourrait agir comme facteur de protection ou alors de risque de la diminution de ces composantes de l'amour. Il serait aussi intéressant d'étudier la différence entre la relation conjugale présente et la vision du couple idéal pour les partenaires, et ce, particulièrement dans le contexte des médias sociaux dont l'influence est omniprésente. Un autre aspect qui serait important d'étudier est l'effet de Facebook sur les deux membres du couple. Effectivement, la présente étude a examiné seulement le point de vue d'un des partenaires, mais il aurait été beaucoup plus riche d'avoir le point de vue des deux membres du couple concernant l'utilisation de Facebook et ainsi mieux comprendre la dynamique conjugale à l'ère des technologies numériques. De plus, il serait intéressant d'avoir un échantillon varié et représentant davantage la population afin de pouvoir comparer les résultats en effectuant des regroupements selon les différentes tranches d'âge, le sexe, les différents types d'engagement ainsi que l'identité sexuelle. De surcroît, d'autres réseaux sociaux deviennent de plus en plus populaires chez les plus jeunes générations et représentent leur réalité sociale. Il serait alors important d'étudier

ces autres plateformes, telles qu'Instagram, Snapchat et Tik Tok. Finalement, avec l'avancée des connaissances sur les technologies numériques, les chercheurs devront tenter de vérifier des modèles explicatifs plus complexes en intégrant d'autres variables ainsi que la nature de leur rôle (médiateur et modérateur). Dans la présente étude, les modèles estimés étaient simples et restreints en termes de variables à l'étude, puisqu'il y avait absence de modèle théorique incluant une nouvelle définition de l'amour au temps des technologies numériques.

En plus des implications scientifiques, les résultats de la présente étude offrent aussi plusieurs implications pour le volet clinique. Effectivement, les nouvelles technologies numériques font maintenant partie du quotidien. Il pourrait donc être intéressant pour les cliniciens d'évaluer davantage l'utilisation des médias sociaux puisqu'ils peuvent être maintenant des indicateurs de la nature des différentes composantes de l'amour, soit l'engagement, l'intimité et la passion. La perception des impacts de l'utilisation des médias sociaux de chacun des partenaires sur leur relation pourrait aussi faire partie du processus d'évaluation en thérapie de couple. Par ailleurs, l'avènement de ces nouvelles technologies est venu avec une nouvelle forme de difficultés pour le couple, soit la cyberinfidélité, mais il est possible que ces gestes posés sur Internet ne soient pas perçus comme une violation des règles convenues du couple (explicites ou implicites) ou une trahison par certaines personnes. Il serait donc intéressant d'aller explorer la vision des partenaires sur ce qu'ils considèrent comme des gestes d'infidélité sur Internet, particulièrement chez les couples ayant vécu des épisodes d'infidélité. En

outre, cette recherche permet aux cliniciens de prendre conscience de l'importance des technologies numériques au sein des relations de couple et ainsi ajuster leur pratique afin de s'adapter à cette nouvelle réalité.

Conclusion

La présente recherche avait pour but de vérifier la nature des liens entre les composantes de la théorie triangulaire de l'amour, soit l'engagement, l'intimité et la passion et un certain nombre de comportements (le nombre d'heures passées sur le site, les symptômes de dépendance à ce réseau social, le dévoilement de soi, le statut relationnel sur leur page Facebook ainsi que les comportements de cyberinfidélité émotionnelle et sexuelle) pouvant être problématiques lors de l'utilisation de Facebook chez la population de jeunes adultes. Il a été possible de constater que des liens significatifs ressortent entre ces variables. Parmi les trois composantes de l'amour, l'engagement est celle qui explique le plus la variance des variables associées à l'utilisation des réseaux sociaux qui ont été étudiées. Même si pris simultanément, il n'y a pas d'effet de médiation de l'utilisation des réseaux sociaux sur la relation entre les trois composantes de l'amour et la satisfaction conjugale, il serait important de poursuivre les études afin de démontrer si certains types de comportements sur les réseaux sociaux peuvent être bénéfiques ou encore délétères à long terme pour la relation. En analysant les liens de médiation de manière microscopique, il en ressort que pratiquement toutes les variables d'utilisation de Facebook à l'étude ont un effet de médiation partielle dans la relation entre, d'une part, l'intimité et la passion et, d'autre part, la satisfaction conjugale. Les résultats de cette étude montrent que l'omniprésence et la popularité de Facebook auprès des jeunes adultes peuvent être liées à leurs attitudes amoureuses et à la qualité de

leur relation intime. Puisqu'aucun auteur n'a encore tenté d'adapter la théorie de l'amour triangulaire aux nouvelles technologies numériques, les résultats originaux découlant de la présente étude montrent qu'il serait important de s'y pencher. Il est donc impératif que d'autres études s'intéressent aux relations entre le monde réel et le monde virtuel afin de bien identifier les interactions entre ces différentes variables pour effectuer davantage de prévention dans la population et accroître l'éventail d'interventions auprès des couples en présence de comportements problématiques, en particulier sur les réseaux sociaux et de façon plus large sur Internet.

Références

- Aaron, A., & Westbay, L. (1996). Dimensions of the prototype of love. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(3), 535-551.
- Abbasi, I. S. (2018). The link between romantic disengagement and Facebook addiction: Where does relationship commitment fit in? *The American Journal of Family Therapy*, 46(4), 375-389.
- Abbasi, I. S. (2019a). Falling prey to online romantic alternatives: Evaluating social media alternative partners in committed versus dating relationships. *Social Science Computer Review*, 37(6), 723-733.
- Abbasi, I. S. (2019b). Social media and committed relationships: What factors make our romantic relationship vulnerable? *Social Science Computer Review*, 37(3), 425-434.
- Abbasi, I. S., & Alghamdi, N. G. (2018). The pursuit of romantic alternatives online: Social media friends as potential alternatives. *Journal of Sex & Marital Therapy*, 44(1), 16-28.
- Abbasi, I. S., Drouin, M., McDaniel, B. T., & Dibble, J. L. (2019). The Protective Influence of Relationship Commitment on the Effects of Facebook Addiction on Marital Disaffection. *The American Journal of Family Therapy*, 47(2), 120-136.
- Acker, M., & Davis, M. H. (1992). Intimacy, passion and commitment in adult romantic relationships: A test of the triangular theory of love. *Journal of Social and Personal Relationships*, 9(1), 21-50.
- Ahmetoglu, G., Swami, V., & Chamorro-Premuzic, T. (2010). The relationship between dimensions of love, personality, and relationship length. *Archives of Sexual Behavior*, 39(5), 1181-1190.
- Allen, E. S., Atkins, D. C., Baucom, D. H., Snyder, D. K., Gordon, K. C., & Glass, S. P. (2005). Intrapersonal, interpersonal, and contextual factors in engaging in and responding to extramarital involvement. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 12(2), 101-130.

- Amichai-Hamburger, Y., & Etgar, S. (2016). Intimacy and smartphone multitasking—a new oxymoron? *Psychological Reports*, 119(3), 826-838.
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501-517.
- Arnett, J. J. (2006). Emerging Adulthood: Understanding the New Way of Coming of Age. Dans J. J. Arnett & J. L. Tanner (Éds), *Emerging adults in America: Coming of age in the 21st century* (pp. 3-19). Washington, DC: American Psychological Association.
- Attrill, A., & Jalil, R. (2011). Revealing only the superficial me: Exploring categorical self-disclosure online. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1634-1642.
- Aykutoğlu, B., & Uysal, A. (2017). The relationship between intimacy change and passion: A dyadic diary study. *Frontiers in Psychology*, 8, 2257-2265. doi: 10.3389/fpsyg.2017.02257
- Baker, C. K., & Carreño, P. K. (2016). Understanding the role of technology in adolescent dating and dating violence. *Journal of Child and Family Studies*, 25(1), 308-320.
- Bem, D. J. (1972). Self-perception theory. Dans L. Berkowitz (Éds), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 6, pp. 1-62). New York, NY: Academic Press.
- Bevan, J. L., Gomez, R., & Sparks, L. (2014). Disclosures about important life events on Facebook: Relationships with stress and quality of life. *Computers in Human Behavior*, 39, 246-253.
- Bisson, M. A., & Levine, T. R. (2009). Negotiating a friend with benefits relationship. *Archives of Sexual Behavior*, 38(1), 66-73.
- Błachnio, A., Przepiorka, A., Senol-Durak, E., Durak, M., & Sherstyuk, L. (2017). The role of personality traits in Facebook and Internet addictions: A study on Polish, Turkish, and Ukrainian samples. *Computers in Human Behavior*, 68, 269-275.
- Bouchard, G., & Lussier, Y. (2006). Les relations assistées par ordinateur: Le profil des cybercouples. *Revue québécoise de psychologie*, 27(2), 245-262.

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brem, M. J., Spiller, L. C., & Vandehey, M. A. (2015). Online mate-retention tactics on Facebook are associated with relationship aggression. *Journal of Interpersonal Violence*, 30(16), 2831-2850.
- Brown, S. L. (2003). Relationship quality dynamics of cohabiting unions. *Journal of Family Issues*, 24(5), 583-601.
- Brunelle, Michèle (1998). *Relations entre la différenciation du soi, les attitudes amoureuses et l'ajustement dyadique*. (Mémoire de maîtrise inédit). Université du Québec à Trois-Rivières, QC.
- Burke, S. C., Wallen, M., Vail-Smith, K., & Knox, D. (2011). Using technology to control intimate partners: An exploratory study of college undergraduates. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1162-1167.
- Caci, B., Cardaci, M., Scrima, F., & Tabacchi, M. E. (2017). The dimensions of Facebook addiction as measured by Facebook Addiction Italian Questionnaire and their relationships with individual differences. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(4), 251-258.
- Cacioppo, J. T., Cacioppo, S., Gonzaga, G. C., Ogburn, E. L., & VanderWeele, T. J. (2013). Marital satisfaction and break-ups differ across on-line and off-line meeting venues. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(25), 10135-10140.
- Caldwell, J. M. (2013). *The attachment-satisfaction relationship on Facebook: Emotional intelligence and conflict*. (Thèse de doctorat inédite). Purdue University, IN.
- Camirand, É., & Poulin, F. (2016). Qualité des relations interpersonnelles et utilisation de Facebook chez les adultes émergents. *Revue canadienne des sciences du comportement*, 48(2), 101-111.
- Carbonneau, N., Vallerand, R. J., Lavigne, G. L., & Paquet, Y. (2016). "I'm not the same person since I met you": The role of romantic passion in how people change when they get involved in a romantic relationship. *Motivation and Emotion*, 40(1), 101-117.

- Carbonell, X., & Panova, T. (2017). A critical consideration of social networking sites' addiction potential. *Addiction Research & Theory*, 25(1), 48-57.
- Carswell, K. L., & Finkel, E. J. (2018). Can you get the magic back? The moderating effect of passion decay beliefs on relationship commitment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 115(6), 1002-1033.
- Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations (CEFRIO). (2017). Quelles activités de divertissement pratiquent les Québécois sur le Web en 2017? Repéré sur : <https://cefrio.qc.ca/fr/enquetes-et-donnees/netendances2017-se-divertir-en-ligne/>
- Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. (2012). Risky disclosures on Facebook: The effect of having a bad experience on online behavior. *Journal of Adolescent Research*, 27(6), 714-731.
- Cheung, C. M., Chiu, P. Y., & Lee, M. K. (2011). Online social networks: Why do students use facebook?. *Computers in Human Behavior*, 27(4), 1337-1343.
- Clayton, R. B., Nagurney, A., & Smith, J. R. (2013). Cheating, breakup, and divorce: Is Facebook use to blame?. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(10), 717-720.
- Cline, J. L. (2013). *Wired to Bond: The Influence of Computer-Mediated Communication on Relationships*. (Thèse de doctorat inédite). James Madison University, VA.
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155-159. doi: 10.1037//0033-2909.112.1.155
- Conradi, H. J., Noordhof, A., Dingemanse, P., Barelds, D. P., & Kamphuis, J. H. (2017). Actor and partner effects of attachment on relationship satisfaction and sexual satisfaction across the genders: An APIM approach. *Journal of Marital and Family Therapy*, 43(4), 700-716.
- Cooper, A. (1998). The Internet and sexuality: Surfing into the new millennium. *CyberPsychology & Behavior*, 1, 187-193. doi:10.1089/pb.1998.1.187
- Cravens, J. D., & Whiting, J. B. (2014). Clinical implications of internet infidelity: Where Facebook fits in. *The American Journal of Family Therapy*, 42(4), 325-339.

- Dailey, R. M., & Powell, A. (2017). Love, sex, and satisfaction in on-again/off-again relationships: Exploring what might make these relationships alluring. *Journal of Relationships Research*, 8, 1-13. doi: 10.1017/jrr.2017.12
- de Lenne, O., Wittevronghel, L., Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2019). Romantic relationship commitment and the threat of alternatives on social media. *Personal Relationships*, 26(4), 680-693.
- Demir, M. (2008). Sweetheart, you really make me happy: Romantic relationship quality and personality as predictors of happiness among emerging adults. *Journal of Happiness Studies*, 9(2), 257-277.
- Dew, J., & Tulane, S. (2015). The association between time spent using entertainment media and marital quality in a contemporary dyadic national sample. *Journal of Family and Economic Issues*, 36(4), 621-632.
- Drigotas, S. M., Safstrom, C. A., & Gentilia, T. (1999). An investment model prediction of dating infidelity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(3), 509-524.
- Drouin, M., Miller, D. A., & Dibble, J. L. (2014). Ignore your partners' current Facebook friends; beware the ones they add! *Computers in Human Behavior*, 35, 483-488.
- Dugal, C., Bigras, N., Laforte, S., Godbout, N., & Bélanger, C. (2017). Modèles et typologies en psychologie du couple. Dans Y. Lussier, C. Bélanger & S. Sabourin (Éds), *Les fondements de la psychologie du couple* (pp. 13-52). Québec, QC : Presses de l'université du Québec.
- Edwards, R., Bybee, B. T., Frost, J. K., Harvey, A. J., & Navarro, M. (2017). That's not what I meant: How misunderstanding is related to channel and perspective-taking. *Journal of Language and Social Psychology*, 36(2), 188-210.
- Elphinston, R. A., & Noller, P. (2011). Time to face it! Facebook intrusion and the implications for romantic jealousy and relationship satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(11), 631-635.
- Emery, L. F., Muise, A., Alpert, E., & Le, B. (2015). Do we look happy? Perceptions of romantic relationship quality on Facebook. *Personal Relationships*, 22(1), 1-7.
- Erikson, E. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York, NY: Norton Company.

- Facebook. (2019). Company Info. Repéré à <https://newsroom.fb.com/company-info/>
- Favez, N. (2013). *L'examen clinique du couple : théories et instruments d'évaluation*. Bruxelles, BRU: Mardaga.
- Fejes-Vékassy, L., Ujhelyi, A., & Faragó, L. (2020). From #RelationshipGoals to #Heartbreak—We use Instagram differently in various romantic relationship statuses. *Current Psychology*, 1-13. doi: <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01187-0>
- Ferron, A., & Lussier, Y. (2012, Mai). *Facebook et fonctionnement conjugal*. Communication présentée au colloque Les médias sociaux et la perspective consommateur : un point de vue multidisciplinaire, Montréal, Canada.
- Ferron, A., Lussier, Y., Alain, M., Sabourin, S. (2013, Juillet). *Personality, Attachment and Dyadic Adjustment: the Mediating Role of Online Social Networks*. Communication présentée au 13th European Congress of Psychology, Stockholm, Suède.
- Ferron, A., Lussier, Y., Sabourin, S., & Brassard, A. (2016). Les caractéristiques des utilisateurs de sites de socialisation virtuelle : Personnalité, attachement et fonctionnement conjugal. *Revue Québécoise de Psychologie*, 37(1), 177-201.
- Fincham, F. D., & Bradbury, T. N. (1987). The assessment of marital quality: A reevaluation. *Journal of Marriage and the Family*, 49(4), 797-809.
- Fox, J., Warber, K. M., & Makstaller, D. C. (2013). The role of Facebook in romantic relationship development: An exploration of Knapp's relational stage model. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(6), 771-794. doi: 10.1177/0265407512468370
- Giroux-Benoit, C., Ferron, A., & Lussier, Y. (2014, Mars). *Les styles d'attachement des utilisateurs d'Internet et des réseaux sociaux*. Communication présentée au 36^e congrès de la société québécoise pour la recherche en psychologie, Montréal, Canada.
- Giroux-Benoit, C., Ferron, A., Brassard, A., & Lussier, Y. (2015, Mars). *Utilisation de Facebook par de jeunes adultes : facteurs psychologiques et de personnalité*. Communication par affiche présentée au 37^e Congrès annuel de la Société québécoise pour la recherche en psychologie, Gatineau.

- Giroux-Benoit, C., Lussier, Y., & Ferron, A. (2017, Juillet). *Utilisation de Facebook par les jeunes adultes : facteurs psychologiques et de personnalité*. Communication présentée au 37^e congrès de la société québécoise pour la recherche en psychologie, Gatineau, Canada.
- Glenn, N. D. (1998). The course of marital success and failure in five American 10-year marriage cohorts. *Journal of Marriage and the Family*, 60(3), 569-576.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in everyday life*. New York, NY: Doubleday Anchor Books.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2008). Identity shift in computer-mediated environments. *Media Psychology*, 11(2), 167-185.
- Graham, J. M. (2011). Measuring love in romantic relationships: A meta-analysis. *Journal of Social and Personal Relationships*, 28(6), 748-771.
- Guilbault, V., Bouizegarene, N., Philippe, F. L., & Vallerand, R. J. (2020). Understanding extradyadic sex and its underlying motives through a dualistic model of sexual passion. *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(1), 281-301.
- Haack, K. R., & Falcke, D. (2014). Love and marital quality in romantic relationships mediated and non-mediated by internet. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, 24(57), 105-113. doi:10.1590/1982-43272457201413
- Hall, J. A. (2014). First comes social networking, then comes marriage? Characteristics of Americans married 2005–2012 who met through social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(5), 322-326.
- Hand, M. M., Thomas, D., Buboltz, W. C., Deemer, E. D., & Buyanjargal, M. (2013). Facebook and romantic relationships: Intimacy and couple satisfaction associated with online social network use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(1), 8-13.
- Hazan, C., & Shaver, P. R. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 511-524.
- Hertlein, K. M., & Piercy, F. P. (2006). Internet infidelity: A critical review of the literature. *The Family Journal*, 14(4), 366-371.

- Hyde, J. S. (2005). The gender similarities hypothesis. *American Psychologist*, 60(6), 581-592. doi: 10.1037/0003-066X.60.6.581
- Kalmijn, M. (2012). Longitudinal analyses of the effects of age, marriage, and parenthood on social contacts and support. *Advances in Life Course Research*, 17(4), 177-190.
- Karney, B. R., & Bradbury, T. N. (1995). The longitudinal course of marital quality and stability: A review of theory, method, and research. *Psychological Bulletin*, 118(1), 3-34.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Kelmer, G. (2013). *Social Media and Relationship Development* (Thèse de doctorat inédite). University of Denver, CO.
- Kerkhof, P., Finkenauer, C., & Muusses, L. D. (2011). Relational consequences of compulsive Internet use: A longitudinal study among newlyweds. *Human Communication Research*, 37(2), 147-173.
- Kimpton, M., Campbell, M., Weigin, E. L., Orel, A., Wozencroft, K., & Campbell, M. (2016). The Relation of Gender, Behavior, and Intimacy Development on Facebook Addiction in Emerging Adults. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 6(2), 56-67.
- Kirkpatrick, D. C. (2007). *Predictors of relational satisfaction and intimacy in the computer-mediated communication of romantic partners* (Thèse de doctorat inédite). University of Iowa, IA.
- Knapp, M. L. (1978). *Social intercourse: From greeting to goodbye*. Needham Heights, MA, USA: Allyn & Bacon.
- Krasnova, H., Veltri, N. F., Eling, N., & Buxmann, P. (2017). Why men and women continue to use social networking sites: The role of gender differences. *The Journal of Strategic Information Systems*, 26(4), 261-284.
- Kurdek, L. A. (2005). Gender and marital satisfaction early in marriage: A growth curve approach. *Journal of Marriage and Family*, 67(1), 68-84.

- Lane, B. L., Piercy, C. W., & Carr, C. T. (2016). Making it Facebook official: The warranting value of online relationship status disclosures on relational characteristics. *Computers in Human Behavior*, 56, 1-8.
- Leary, M. R., Springer, C., Negel, L., Ansell, E., & Evans, K. (1998). The causes, phenomenology, and consequences of hurt feelings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(5), 1225-1237.
- Lee, J., Gillath, O., & Miller, A. (2019). Effects of self- and partner's online disclosure on relationship intimacy and satisfaction. *PLoS ONE*, 14(3), 1-35. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0212186>
- Lemieux, R., & Hale, J. L. (1999). Intimacy, passion, and commitment in young romantic relationships: Successfully measuring the triangular theory of love. *Psychological Reports*, 85(2), 497-503.
- Lemieux, R., & Hale, J. L. (2000). Intimacy, passion, and commitment among married individuals: Further testing of the triangular theory of love. *Psychological Reports*, 87(3), 941-948.
- Lemieux, R., & Hale, J. L. (2002). Cross-sectional analysis of intimacy, passion, and commitment: Testing the assumptions of the triangular theory of love. *Psychological Reports*, 90(3), 1009-1014.
- Levine, S. B. (2003). The nature of sexual desire: A clinician's perspective. *Archives of Sexual Behavior*, 32(3), 279-285.
- Lussier, Y. (2019). *Analyses psychométriques de la version courte du questionnaire de l'amour triangulaire de Sternberg*. Document inédit. Université du Québec à Trois-Rivières, QC.
- Madey, S. F., & Rodgers, L. (2009). The Effect of Attachment and Sternberg's Triangular Theory of Love on Relationship Satisfaction. *Individual Differences Research*, 7(2), 76-84.
- Manago, A. M., & Melton, C. J. (2020). Emerging Adults' Views on Masspersonal Self-Disclosure and their Bridging Social Capital on Facebook. *Journal of Adolescent Research*, 35(1), 111-146.

- Marino, C., Gini, G., Vieno, A., & Spada, M. M. (2018). A comprehensive meta-analysis on problematic Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 83, 262-277.
- McAnulty, R. D., & Brineman, J. M. (2007). Infidelity in dating relationships. *Annual Review of Sex Research*, 18(1), 94-114.
- Mehta, C. M., Walls, C., Scherer, E. A., Feldman, H. A., & Shrier, L. A. (2016). Daily affect and intimacy in emerging adult couples. *Journal of Adult Development*, 23(2), 101-110.
- Moore, M. M. (2014). *Differences in Age, Belongingness, Intimacy and Percieved Social Support: How Facebook Behavior Contributes to Well-being* (Thèse de doctorat inédite). Oklahoma State University, OK.
- Morey, J. N., Gentzler, A. L., Creasy, B., Oberhauser, A. M., & Westerman, D. (2013). Young adults' use of communication technology within their romantic relationships and associations with attachment style. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1771-1778.
- Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2009). More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? *CyberPsychology & Behavior*, 12(4), 441-444.
- Muscanell, N., & Guadagno, R. (2016). Social Networking and Romantic Relationships: A Review of Jealousy and Related Emotions. Dans R. Giuseppe, K. W. Brenda, & P. Cipresso (Éds), *The Psychology of Social Networking* (Vol. 1, pp. 143-158). Berlin, BE: De Gruyter Open.
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243-249.
- Ng, T. K., & Cheng, C. H. (2010). The effects of intimacy, passion, and commitment on satisfaction in romantic relationships among Hong Kong Chinese people. *Journal of Psychology in Chinese Societies*, 11(2), 123-146.
- Nongpong, S., & Charoensukmongkol, P. (2016). I don't care much as long as I am also on Facebook: Impacts of social media use of both partners on romantic relationship problems. *The Family Journal*, 24(4), 351-358.

- Norona, J. C., Olmstead, S. B., & Welsh, D. P. (2018). Betrayals in emerging adulthood: A developmental perspective of infidelity. *The Journal of Sex Research*, 55(1), 84-98.
- Oghazi, P., Schultheiss, R., Chirumalla, K., Kalmer, N. P., & Rad, F. F. (2020). User self-disclosure on social network sites: A cross-cultural study on Facebook's privacy concepts. *Journal of Business Research*, 112, 531-540.
- Orosz, G., Szekeres, Á., Kiss, Z. G., Farkas, P., & Roland-Lévy, C. (2015). Elevated romantic love and jealousy if relationship status is declared on Facebook. *Frontiers in Psychology*, 6, 1-6. doi: 10.3389/fpsyg.2015.00214
- Overbeek, G., Ha, T., Scholte, R., de Kemp, R., & Engels, R. C. (2007). Brief report: Intimacy, passion, and commitment in romantic relationships—Validation of a 'triangular love scale' for adolescents. *Journal of Adolescence*, 30(3), 523-528.
- Owen, J., Fincham, F. D., & Polser, G. (2017). Couple identity, sacrifice, and availability of alternative partners: Dedication in friends with benefits relationships. *Archives of Sexual Behavior*, 46(6), 1785-1791.
- Panayiotou, G. (2005). Love, commitment, and response to conflict among Cypriot dating couples: Two models, one relationship. *International Journal of Psychology*, 40(2), 108-117.
- Panteli, N., & Marder, B. (2017). Constructing and enacting normality online across generations. *Information Technology & People*, 30(2), 282-300. doi: 10.1108/ITP-06-2015-0134
- Papp, L. M., Danielewicz, J., & Cayemberg, C. (2012). "Are we Facebook official?" Implications of dating partners' Facebook use and profiles for intimate relationship satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 85-90.
- Park, N., Jin, B., & Jin, S. A. A. (2011). Effects of self-disclosure on relational intimacy in Facebook. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1974-1983.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238.

- Pew Research Center. (2019). 10 facts about Americans and Facebook. Repéré à <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/05/16/facts-about-americans-and-facebook/>
- Phillips, T. M., Wilmoth, J. D., Wall, S. K., Peterson, D. J., Buckley, R., & Phillips, L. E. (2013). Recollected parental care and fear of intimacy in emerging adults. *The Family Journal*, 21(3), 335-341.
- Prager, K.K. (1995). *The psychology of intimacy*. New York, NY: Guilford Press.
- Quirk, K., Owen, J., Shuck, B., Fincham, F. D., Knopp, K., & Rhoades, G. (2016). Breaking bad: Commitment uncertainty, alternative monitoring, and relationship termination in young adults. *Journal of Couple & Relationship Therapy*, 15(1), 61-74.
- Raacke, J. & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites. *CyberPsychology & Behavior*, 11, 169-174. doi:10.1089/cpb.2007.0056
- Rahaman, H. S. (2015). Romantic relationship length and its perceived quality: Mediating role of Facebook-related conflict. *Europe's Journal of Psychology*, 11(3), 395-405. doi: 10.5964/ejop.v11i3.932
- Richman, A. R., Webb, M. C., Eicher, L., Adams, P., & Troutman, J. (2017). "Facebook Official," "Hooking Up," "Friends with Benefits": Decoding the Terminology, Relationship Status, and Sexual Behaviors of Female College Students to Best Target Health Needs. *American Journal of Sexuality Education*, 12(2), 136-147.
- Rodrigue, C., Blais, M., Lavoie, F., Adam, B. D., Goyer, M. F., & Magontier, C. (2018). Passion, Intimacy, and Commitment in Casual Sexual Relationships in a Canadian Sample of Emerging Adults. *The Journal of Sex Research*, 55(9), 1192-1205.
- Rollins, B. C., & Feldman, H. (1970). Marital satisfaction over the family life cycle. *Journal of Marriage and Family*, 32, 20-28.
- Rolstad, S., Adler, J., & Rydén, A. (2011). Response burden and questionnaire length: is shorter better? A review and meta-analysis. *Value in Health*, 14(8), 1101-1108.

- Rözer, J. J., Mollenhorst, G., & Volker, B. (2015). Romantic relationship formation, maintenance and changes in personal networks. *Advances in Life Course Research, 23*, 86-97.
- Rusbult, C. E. (1980). Commitment and satisfaction in romantic associations: A test of the investment model. *Journal of Experimental Social Psychology, 16*(2), 172-186. doi: 10.1016/0022-1031(80)90007-4
- Sabourin, S., Valois, P., & Lussier, Y. (2005). Development and validation of a brief version of the dyadic adjustment scale with a nonparametric item analysis model. *Psychological Assessment, 17*(1), 15-27.
- Saslow, L. R., Muise, A., Impett, E. A., & Dubin, M. (2013). Can you see how happy we are? Facebook images and relationship satisfaction. *Social Psychological and Personality Science, 4*(4), 411-418.
- Schade, L. C., Sandberg, J., Bean, R., Busby, D., & Coyne, S. (2013). Using technology to connect in romantic relationships: Effects on attachment, relationship satisfaction, and stability in emerging adults. *Journal of Couple & Relationship Therapy, 12*(4), 314-338.
- Schlenker, B. R., Dlugolecki, D. W., & Doherty, K. (1994). The impact of self-presentations on self-appraisals and behavior: The power of public commitment. *Personality and Social Psychology Bulletin, 20*(1), 20-33.
- Schneider, J. P., & Weiss, R. (2001). *Cybersex exposed: Simple fantasy or obsession?* Center City, MD: Hazelden Publishing.
- Schwebel, A. I., Moss, B. F., & Fine, M. A. (1999). Understanding cognitive changes in intimacy in long-term romantic relationships. *Psychological Reports, 84*(2), 517-532.
- Seidman, G., Langlais, M., & Havens, A. (2019). Romantic relationship-oriented Facebook activities and the satisfaction of belonging needs. *Psychology of Popular Media Culture, 8*(1), 52-62. <https://doi.org/10.1037/ppm0000165>
- Slater, P. E. (1963). On social regression. *American Sociological Review, 28*(3), 339-364.

- Smith, R. R. (2018). *A Phenomenological Exploration of the Impact of Social Networking Site Usage on Committed Romantic Relationships* (Thèse de doctorat inédite). Texas A&M University, TX.
- Spanier, G. B. (1976). Measuring dyadic adjustment: New scales for assessing the quality of marriage and similar dyads. *Journal of Marriage and the Family*, 38(1), 15-28.
- Sprecher, S., & Regan, P. C. (2002). Liking some things (in some people) more than others: Partner preferences in romantic relationships and friendships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 19, 463-481. doi:10.1177/0265407502019004048.
- Stephanou, G. (2012). Romantic relationships in emerging adulthood: Perception-partner ideal discrepancies, attributions, and expectations. *Psychology*, 3(2), 150-160.
- Sternberg, R. J. (1988). *The triangle of love*. New York, NY: Basic Books.
- Sumter, S. R., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). Perceptions of love across the lifespan: Differences in passion, intimacy, and commitment. *International Journal of Behavioral Development*, 37(5), 417-427.
- Taddei, S., & Contena, B. (2013). Privacy, trust and control: Which relationships with online self-disclosure? *Computers in Human Behavior*, 29(3), 821-826.
- Toma, C. L., & Choi, M. (2015). The couple who Facebooks together, stays together: Facebook self-presentation and relationship longevity among college-aged dating couples. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(7), 367-372.
- Tsay-Vogel, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2018). Social media cultivating perceptions of privacy: A 5-year analysis of privacy attitudes and self-disclosure behaviors among Facebook users. *New Media & Society*, 20(1), 141-161.
- Umberson, D., Williams, K., Powers, D. A., Chen, M. D., & Campbell, A. M. (2005). As good as it gets? A life course perspective on marital quality. *Social Forces*, 84(1), 493-511.
- Van Ouytsel, J., Walrave, M., & Ponnet, K. (2019). Sexting within adolescents' romantic relationships: How is it related to perceptions of love and verbal conflict? *Computers in Human Behavior*, 97, 216-221.

- Vanek, J., King, K., & Bigelow, M. (2018). Social presence and identity: Facebook in an English language classroom. *Journal of Language, Identity & Education*, 17(4), 236-254. doi: 10.1080/15348458.2018.1442223
- Vannier, S. A., & O'sullivan, L. F. (2017). Passion, connection, and destiny: How romantic expectations help predict satisfaction and commitment in young adults' dating relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 34(2), 235-257.
- Vossler, A. (2016). Internet infidelity 10 years on: A critical review of the literature. *The Family Journal*, 24(4), 359-366.
- We Are Social & Hootsuite. (2018). Digital in 2018: World's Internet Users Pass the 4 Billion Mark. Repéré à <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- Wee, J., & Lee, J. (2017). With whom do you feel most intimate? Exploring the quality of Facebook friendships in relation to similarities and interaction behaviors. *PloS one*, 12(4), 1-16.
- Williamson, H. C., & Lavner, J. A. (2020). Trajectories of marital satisfaction in diverse newlywed couples. *Social Psychological and Personality Science*, 11(5), 597-604.
- Whitley, B. E. (1993). Reliability and aspects of the construct validity of Sternberg's Triangular Love Scale. *Journal of Social and Personal Relationships*, 10(3), 475-480.
- Yamada, J., Kito, M., & Yuki, M. (2017). Passion, relational mobility, and proof of commitment: A comparative socio-ecological analysis of an adaptive emotion in a sexual market. *Evolutionary Psychology*, 15(4), 1-8. doi: 10.1177/1474704917746056

Appendice
Instruments de mesure

Informations générales

1. Sexe

- ☐ Homme
- ☐ Femme

2. Quel âge as-tu? _____

3. En quelle année scolaire es-tu présentement?

- ☐ Secondaire 1
- ☐ Secondaire 2
- ☐ Secondaire 3
- ☐ Secondaire 4
- ☐ Secondaire 5
- ☐ Formation professionnelle (D.E.P)
- ☐ Cégep

4. Actuellement as-tu un emploi ou une forme de rémunération?

Ex. Caissier(ère), serveur(se), commis, vendeur(se) gardiennage, tâches ménagères, tondeuse, etc.)

- ☐ Oui
- ☐ Non

5. Si tu as répondu oui, quel est le nombre d'heures par semaine _____

6. Quel est ton revenu par semaine?

- ☐ Moins de 50\$
- ☐ Entre 51 et 100\$
- ☐ Entre 101\$ et 150\$
- ☐ Entre 151\$ et 200\$
- ☐ 200\$ ou plus

7. Est-ce que tu as reçu une éducation sexuelle à la maison? (de la part de ton père, mère, frère ou sœur)

- ☐ Aucune éducation sexuelle
- ☐ Mes parents étaient embarrassés d'en parler
- ☐ Mes parents n'étaient pas intéressés à cet aspect de ma vie
- ☐ Éducation autoritaire incluant de nombreuses interdictions
- ☐ Éducation intrusive où mes parents cherchaient à tout savoir de ma sexualité sans respect
- ☐ Éducation faite dans le respect

8. Quel âge avais-tu lors des premières expériences sexuelles suivantes avec une autre personne?

Masturbation, attouchements, caresses avec une autre personne

- ☐ Ce n'est jamais arrivé
- ☐ 10 ans ou moins
- ☐ 11 ans
- ☐ 12 ans
- ☐ 13 ans
- ☐ 14 ans
- ☐ 15 ans
- ☐ 16 ans
- ☐ 17 ans ou plus

Sexe oral (fellation cunnilingus)

- ☐ Ce n'est jamais arrivé
- ☐ 10 ans ou moins
- ☐ 11 ans
- ☐ 12 ans
- ☐ 13 ans
- ☐ 14 ans
- ☐ 15 ans
- ☐ 16 ans
- ☐ 17 ans ou plus

Relation sexuelle complète (avec pénétration)

- ☐ Ce n'est jamais arrivé
- ☐ 10 ans ou moins
- ☐ 11 ans
- ☐ 12 ans
- ☐ 13 ans
- ☐ 14 ans
- ☐ 15 ans
- ☐ 16 ans
- ☐ 17 ans ou plus

9. Actuellement, tu es :

- ☐ Célibataire
- ☐ J'ai un chum/une blonde
- ☐ Je fréquente quelqu'un occasionnellement
- ☐ Autre : _____

10. Depuis combien de temps es-tu en relation avec ton/ta partenaire actuel(le) ?

- ☐ Je ne suis pas en couple
- ☐ Moins d'un mois
- ☐ 1 mois
- ☐ 2 mois
- ☐ 3 mois
- ☐ 4 mois
- ☐ 5 mois
- ☐ 6 mois
- ☐ 7 mois
- ☐ 8 mois
- ☐ 9 mois
- ☐ 10 mois
- ☐ 11 mois
- ☐ 1 an
- ☐ 1 an à 1 an et demi
- ☐ 1 an et demi à 2 ans
- ☐ 2 ans à 2 ans et demi
- ☐ 2 ans et demi à 3 ans
- ☐ 3 ans ou plus

11. À quelle orientation sexuelle t'identifies-tu le plus?

- ☐ Hétérosexuelle
- ☐ Homosexuelle
- ☐ Bisexuelle
- ☐ Indécis(e)

12. Combien d'amis Facebook as-tu (approximatif)?

- ☐ Moins de 100
- ☐ Entre 100 et 200
- ☐ Entre 200 et 300
- ☐ Entre 300 et 400
- ☐ Entre 400 et 500
- ☐ Entre 500 et 600
- ☐ Entre 600 et 700
- ☐ Entre 700 et 800
- ☐ Entre 800 et 900
- ☐ Entre 900 et 1000
- ☐ Plus de 1000

Questionnaire sur l'amour triangulaire

Évalue chaque énoncé à l'aide de l'échelle graduée de 1 à 5, où 1 représente “pas du tout”, 3 représente “modérément”, et 5 représente “énormément”. Utilisez tous les autres chiffres intermédiaires de l'échelle de façon à ce que la question corresponde bien à vos sentiments.

1. Pas du tout
- 2.
3. Modérément
- 4.
5. Énormément

1. Je partage des informations qui me sont personnelles avec mon(ma) conjoint(e).	1	2	3	4	5
2. Je suis fortement attiré(e) envers mon(ma) conjoint(e).					
3. Je m'attends à ce que la relation avec mon(ma) conjoint(e) dure tout le reste de ma vie.					
4. Je peux tout dire à mon(ma) conjoint(e).					
5. Je trouve mon(ma) conjoint(e) sexuellement attirant(e).					
6. Je vais probablement avoir une autre relation amoureuse plus tard dans ma vie.					
7. Mon(ma) conjoint(e) comprend rarement comment je me sens.					
8. J'ai tendance à me sentir excité(e) sexuellement lorsque je suis avec mon(ma) conjoint(e).					
9. Je m'imaginer souvent être avec d'autres hommes/femmes.					

Dépendance à Facebook

Lis chacune des affirmations suivantes et coche la case qui te correspond le mieux.

1. Fortement en désaccord
2. Moyennement en désaccord
3. Un peu en désaccord
4. Un peu en accord
5. Moyennement en accord
6. Fortement en accord

	1	2	3	4	5	6
1. Je me sens déconnecté(e) de mes amis lorsque je ne suis pas connecté à Facebook.						
2. Je suis en colère lorsque je suis incapable de me connecter à Facebook.						
3. Je préfère communiquer avec les autres par le biais de Facebook.						
4. L'utilisation de Facebook fait partie de ma routine au quotidien.						
5. Ma famille trouve que je passe beaucoup de temps sur Facebook.						
6. Mon travail ou mes études souffrent de mon utilisation de Facebook (je suis moins performant(e)).						
7. J'aime aller sur Facebook pour voir un côté des personnes que je ne pourrais pas voir normalement.						
8. Je suis incapable de réduire mon temps passé sur Facebook.						

Autres questions pertinentes

1. Est-ce que votre statut Facebook est : «en couple»?
 - ☐ Oui
 - ☐ Non

2. Combien d'heures par jour peux-tu passer sur Facebook et les autres réseaux sociaux? (total de ton utilisation sur cellulaire, iPod, tablette, ordinateur)
 - ☐ Moins de 1 heure par jour
 - ☐ Entre 1 et 3 heures par jour
 - ☐ Entre 3 et 5 heures par jour
 - ☐ 5 heures et plus par jour

3. À quel point est-ce que tu utilises les réseaux sociaux en ligne pour révéler des choses personnelles de toi à d'autres?
 - ☐ Jamais
 - ☐ Parfois
 - ☐ Souvent
 - ☐ Très souvent

4. As-tu déjà flirté sur Internet avec une autre personne que ton partenaire amoureux alors que tu étais déjà en couple?
 - ☐ Oui
 - ☐ Non

5. As-tu déjà eu des échanges à caractères sexuels (verbales ou par caméra) sur Internet avec une autre personne que ton partenaire amoureux alors que tu étais en couple (par exemple, se caresser ou regarder quelqu'un se caresser)?
 - ☐ Oui
 - ☐ Non

6. Actuellement, comment te sens-tu par rapport à ta relation amoureuse?
 - ☐ Extrêmement malheureux(se)
 - ☐ Assez malheureux(se)
 - ☐ Un peu malheureux(se)
 - ☐ Heureux(se)
 - ☐ Très heureux(se)
 - ☐ Extrêmement heureux(se)
 - ☐ Parfaitement heureux(se)